

# Pengembangan Platform Coffee Shop KURLEB dengan Fokus pada User Interface dan Prinsip UX Law

Henoch Juli Christanto\*, Stephen Aprius Sutresno, Gilberto Dennis G E Sidabutar, Jesslyn Alvina Seah, Siemens Benyamin Tjhang, Yoel Krisrian

Fakultas Teknik, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta  
Jln. Jend. Sudirman No.51, RW.4, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>henoch.christanto@atmajaya.ac.id, <sup>2</sup>stephen.sutresno@atmajaya.ac.id,

<sup>3</sup>gilbert.202104560023@student.atmajaya.ac.id, <sup>4</sup>jesslyn.202104560019@student.atmajaya.ac.id,

<sup>5</sup>siemens.202104560022@student.atmajaya.ac.id, <sup>6</sup>yoel.202104560017@student.atmajaya.ac.id

Email Penulis Korespondensi: henoch.christanto@atmajaya.ac.id

Submitted: 06/07/2023; Accepted: 30/10/2023; Published: 31/10/2023

**Abstrak**—Tren dan minat masyarakat terhadap coffee shop atau kafe semakin meningkat. Salah satu coffee shop yaitu Kopi KurangLebih memiliki potensi yang tinggi untuk menarik konsumen berkat lokasinya yang strategis, kualitas menu yang baik, dan estetika tempatnya. Meskipun Kopi KurangLebih sudah memiliki akun Instagram untuk menampilkan konten dan berinteraksi dengan pengikutnya, informasi yang tersedia terbatas dan tidak terstruktur dengan baik. Pengunjung kafe mengalami kesulitan dalam memilih menu karena tidak ada platform yang menampilkan konten yang tersedia di kafe tersebut. Oleh karena itu, diperlukan sebuah website untuk mendokumentasikan dan menampilkan informasi yang membantu pelanggan dalam memilih menu dan meningkatkan kualitas layanan. Pemanfaatan media informasi digital berupa website menjadi solusi efisien. Website tersebut perlu dirancang dengan menarik dan informatif sesuai dengan kebutuhan pengguna dan sumber daya yang dimiliki oleh Kopi KurangLebih. Dengan adanya website ini, calon pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi dan membangun kepercayaan serta minat beli terhadap kafe tersebut. Desain antarmuka pengguna (UI) yang sederhana dan user-friendly membantu pengunjung dalam menentukan pilihan menu dengan cepat dan mudah. Metode Three Circles dan prinsip-prinsip UX Law diterapkan dalam UI, yang meliputi analisis nilai dari Kopi KurangLebih, kebutuhan pelanggan, dan nilai-nilai dari pesaing. Penelitian ini berhasil membangun UI prototype webiste KURLEB menjadi platform digital yang efektif untuk mempromosikan, menyimpan, dan menyediakan informasi tentang Kopi KurangLebih, serta berhasil memberikan pengalaman pengguna yang baik dengan menyediakan informasi yang relevan, navigasi yang intuitif, dan estetika visual yang menarik. Dengan UI yang baik dan prinsip-prinsip UX Law yang diterapkan, website ini memberikan pengalaman pengguna yang positif, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan berkontribusi pada pemasaran yang berkelanjutan bagi Kopi KurangLebih sebagai brand coffee shop lokal.

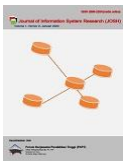
**Kata Kunci:** Coffee Shop; Three Circles; Desain Antarmuka Pengguna (UI); UX Law

**Abstract**—The increasing trend and public interest in coffee shops, also known as cafes. One of the cafes named Kopi KurangLebih has great potential to attract customers due to its strategic location, high-quality menu, and aesthetic ambiance. Although Kopi KurangLebih already has an Instagram account to showcase its content and engage with followers, the information provided is limited and lacks proper organization. Visitors to the coffee shop struggle to make menu choices due to the absence of a platform to display the available options. To address these challenges and improve the quality of service, a website is needed to document and present information that assists customers in making menu selections. The current reliance on social media as a source of information for coffee shops is inefficient and temporary, as the information shared only appears briefly on users' timelines. Hence, the development of an attractive and informative website for Kopi KurangLebih becomes necessary. The website should be designed according to user needs and the resources available to Kopi KurangLebih. By utilizing a digital information medium in the form of a website, potential customers can access and obtain information easily, thereby increasing their interest and purchasing power. The research also applies the Three Circles method and incorporates various UX Law principles into the user interface (UI) design. Through observations and analysis, the research identifies the values of Kopi KurangLebih, customer needs, and competitor values. This research successfully built a UI prototype of the KURLEB website, transforming it into an effective digital platform for promoting, storing, and providing information about Kopi KurangLebih. It also achieved a good user experience by providing relevant information, intuitive navigation, and appealing visual aesthetics. With a well-designed UI and the applied principles of UX Law, this website delivers a positive user experience, enhances customer engagement, and contributes to the sustainable marketing of Kopi KurangLebih as a local coffee shop brand.

**Keywords:** Coffee Shop; Three Circles; User Interface; UX Law

## 1. PENDAHULUAN

Industri coffee shop atau kafe telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan perkotaan dewasa ini [1]. Kehadirannya tidak hanya sekadar sebagai tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga sebagai tempat untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul dengan teman. Seiring dengan meningkatnya tren dan minat masyarakat terhadap coffee shop, persaingan di dalam industri ini pun semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan tersebut, para pemilik coffee shop perlu terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan minat pelanggan [2]. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah pengembangan platform digital yang dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik, informatif, dan mempermudah interaksi dengan pelanggan [3].



Dalam rangka mempermudah calon pelanggan dalam mendapatkan informasi dan meningkatkan antusiasme serta daya beli pelanggan, perlu dirancang dan dikembangkan kajian tentang KURLEB. User interface (UI) yang sederhana dan minimalis terkait dengan menu dapat membantu pengunjung dalam memilih menu yang ingin dibeli [4, 5]. Dengan menyediakan informasi produk seperti menu, harga, dan ulasan, keberadaan website dapat membantu dalam memperbaiki layanan atau mempertahankan kualitas setelah mendapatkan umpan balik berupa kritik, saran, dan testimonial dari pelanggan [6]. Oleh karena itu, desain UI Kopi KurangLebih perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pengguna. Faktor-faktor penting dalam fitur-fitur yang ada dalam sistem akan bergantung pada evaluasi dari Kopi KurangLebih dan analisis kebutuhan pengguna [7].

Dengan memanfaatkan website sebagai media informasi digital untuk mempromosikan, menyimpan, dan menyediakan informasi, calon pelanggan akan lebih terfasilitasi dan meningkatkan kepercayaan serta minat beli [8]. Desain layout website mempengaruhi sikap konsumen terhadap website tersebut dan berdampak pada minat beli. Selain itu, minat beli pelanggan dapat dijelaskan oleh beberapa variabel, termasuk desain website dan ulasan online [9]. Dengan menggunakan pemasaran digital melalui website KURLEB, Kopi KurangLebih memiliki peluang untuk menarik lebih banyak pembeli dan memperoleh loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu merancang website KURLEB dengan memperhatikan berbagai aspek, mulai dari desain hingga fitur, untuk mencapai loyalitas pelanggan yang berkelanjutan [10, 11].

Penelitian terdahulu dengan judul “Perancangan UI/UX pada Web e-Commerce ‘Hallo Coffee’ Menggunakan Metode User-Centered Design” yang dilatarbelakangi dengan kebutuhan pengusaha baru coffee shop yang memerlukan platform guna mempromosikan produk, serta belum banyak platform yang secara spesifik mawadahi kebutuhan dalam penjualan di sebuah coffee shop. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode User Centered Design (UCD), dimana memberikan hasil penelitian berupa prototype desain user interface website Hallo Coffee. Berdasarkan hasil uji validasi disimpulkan bahwa desain prototype aplikasi yang dibangun telah dikemas dan mudah dimengerti oleh user [12]. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini dari metode yang digunakan, dimana penelitian ini dibangun menggunakan metode Three Circles. Penggunaan metode UCD lebih berfokus pada kebutuhan pengguna sebagai landasan dalam proses desain, sedang metode Three Circles tidak berfokus hanya pada kebutuhan pengguna melainkan juga melihat 2 elemen penting lainnya yaitu Our Value dan Competitors Value. Pemilihan penggunaan metode Three Circles ini didasari latar belakang banyaknya kompetitor untuk coffee shop yang ada di generasi sekarang, sehingga diperlukan platform yang dapat mempertahankan pelanggan.

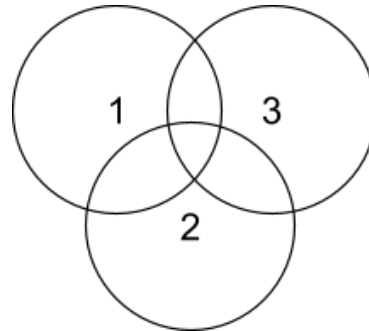
Penelitian lainnya berjudul “Perancangan User Interface Mobile App untuk Kumpulan Start-Up Coffee Shop di Wilayah Jakarta Timur sebagai Wadah Pemasaran Produk dengan Metode Design Thinking” membahas mengenai perancangan user interface aplikasi mobile kedai Coffee Shop menggunakan metode pendekatan design thinking. Latar belakang penelitian tersebut dikarenakan kemunculan kedai Coffee Shop yang selalu ramai kunjungan bahkan bagi pelanggan yang malas datang ke tempat namun masih dapat memanfaatkan platform perantara untuk mendapatkan menu produk dari kedai kopi, sehingga dibutuhkan suatu platform khusus yang berisikan berbagai kumpulan kedai kopi sehingga dapat mempermudah pelanggan dalam melihat dan memesan kopi dari aplikasi. Pengujian aplikasi tersebut dilakukan menggunakan perhitungan Guerilla Usability Test dan menghasilkan nilai keseluruhan prototype memiliki pengalaman pengguna yang bernilai baik [13]. Penelitian tersebut juga memiliki perbedaan dari penelitian yang dilakukan dari segi platform, cakupan aplikasi, maupun metode yang digunakan. Penelitian tersebut dibangun untuk platform mobile sedangkan penelitian ini dibangun untuk platform web dengan tujuan agar dapat dijangkau dengan tidak terbatas pada device, yaitu dapat diakses mobile maupun desktop. Selain itu penelitian tersebut dibangun untuk kebutuhan kumpulan kedai kopi, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada 1 tempat coffee shop yaitu Kopi KurangLebih, dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Alasan di balik perancangan KURLEB adalah untuk membantu membangun dan mengembangkan salah satu brand coffee shop lokal, yaitu Kopi KurangLebih, dengan menyediakan wadah informasi digital berupa website. Meskipun banyak brand coffee shop lokal di daerah ibu kota dan sekitarnya, Kopi KurangLebih dipilih karena memiliki potensi dan masih dapat dikembangkan lebih lanjut, terutama karena lokasinya yang berada di seberang Kampus III UNIKA Atma Jaya. Hal ini menjadi peluang bagi Kopi KurangLebih dan juga bagi kampus. Coffee shop dapat meningkatkan jual, nilai merek, dan loyalitas pelanggan, sementara kampus dapat memanfaatkan lokasi tersebut untuk memberikan nilai tambah kepada mahasiswanya dengan menyediakan tempat beristirahat, mengerjakan tugas, atau sekadar berbincang setelah pulang kampus.

Dalam proses pengembangan KURLEB, dilakukan analisis nilai-nilai yang dimiliki oleh kafe, kebutuhan pengguna, serta mempertimbangkan nilai-nilai dari pesaing dalam industri coffee shop. Metode Three Circles digunakan sebagai kerangka analisis untuk memastikan informasi yang disajikan relevan dengan kebutuhan pengguna dan membedakan KURLEB dari pesaing lainnya [6]. Selanjutnya, prinsip-prinsip UX Law diterapkan dalam desain UI KURLEB, termasuk Law of Proximity, Law of Fitts, dan Law of Common Region. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif, mudah dipahami, dan memperkuat pengelompokan informasi yang penting [14, 15]. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan platform coffee shop yang lebih baik, mempertahankan kepuasan pelanggan, dan memberikan daya saing yang lebih baik dalam industri coffee shop yang semakin kompetitif.

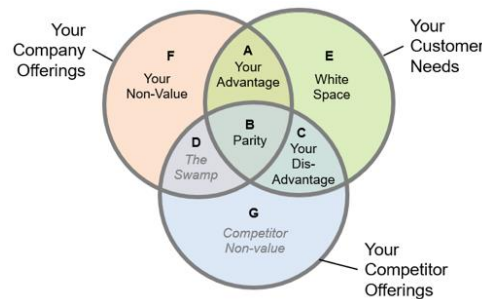
## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Sistem dari KURLEB dirancang menggunakan metode Three Circle. Three Circle adalah sebuah konsep yang digunakan dalam bisnis dan manajemen untuk menggambarkan hubungan antara tiga elemen kunci yang saling terkait gambar 1.



Gambar 1. Three Circles

Berdasarkan tiga elemen kunci pada gambar 1, dibentuk tiga elemen dalam metode yang digunakan oleh KURLEB seperti yang terlihat pada gambar 2. Pertama adalah elemen Our Value dari Kopi KurangLebih, yang merupakan nilai atau keunggulan yang dimiliki oleh Kopi KurangLebih dalam perbandingan dengan kebutuhan pengguna dan kompetitor. Kedua adalah elemen Customers Needs dari Kopi KurangLebih, yang melibatkan analisis kebutuhan pengguna untuk membantu penyesuaian desain website KURLEB. Ketiga adalah elemen Competitors Value, yang melibatkan analisis nilai dari kompetitor untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada. Tujuannya adalah untuk menemukan celah peluang yang belum dimanfaatkan oleh kompetitor.



Gambar 2. Three Circles dengan Value

Analisis menggunakan metode Three Circles seperti terlihat pada gambar 2 yaitu pendekatan yang berguna untuk memahami elemen-elemen penting dalam perancangan UI dan pengembangan produk atau layanan. Berikut ini adalah analisis dari Three Circles yang dilakukan untuk Kopi KurangLebih:

### 1. Our Value

Dalam analisis ini, fokus diberikan pada nilai-nilai atau keunggulan yang dimiliki oleh Kopi KurangLebih. Dalam konteks ini, nilai-nilai yang diidentifikasi adalah UI yang simpel dan minimalis sesuai dengan panduan merek. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan fokus pengguna, memberikan pengalaman yang terarah, dan meningkatkan efisiensi pengguna [16]. Selain itu, nilai lainnya adalah kemampuan untuk menampilkan informasi menu, lokasi, dan informasi penting lainnya dengan jelas. Hal ini memastikan bahwa kebutuhan informasi pengguna terpenuhi dan juga membantu dalam hal pemasaran dan branding [17].

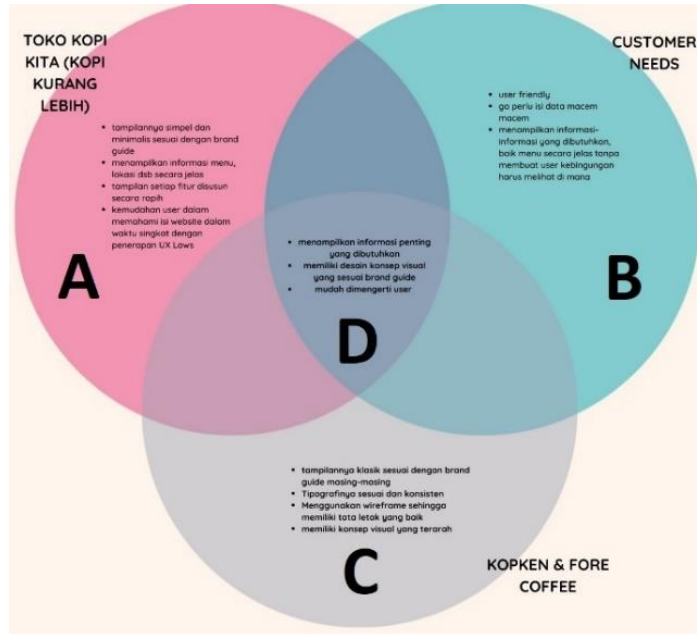
### 2. Customers Needs

Analisis ini dilakukan untuk memahami kebutuhan pengguna dalam konteks perancangan UI. Dalam hal ini, kebutuhan pengguna yang diidentifikasi adalah kompatibilitas di semua platform sistem operasi. Pengguna menginginkan akses dan pengalaman yang serupa, tidak peduli pada perangkat atau sistem operasi apa yang mereka gunakan. Oleh karena itu, perancangan UI harus memastikan bahwa solusi yang ditawarkan dapat berfungsi dengan lancar di semua platform yang digunakan pengguna. Selain itu, keinginan pengguna lainnya adalah tampilan yang ramah pengguna (user-friendly) [18, 19]. Antarmuka harus dirancang dengan intuitif dan mudah dipahami, sehingga pengguna dapat dengan cepat dan mudah mempelajari cara menggunakan produk atau layanan tanpa banyak pelatihan atau bantuan eksternal [20].

### 3. Competitors Value

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi nilai atau kelebihan yang dimiliki oleh kompetitor, dalam hal ini Kopi Kenangan dan Fore Coffee. Salah satu nilai yang ditemukan adalah penggunaan antarmuka yang menggunakan panduan warna dengan tidak lebih dari 3 warna [21]. Hal ini memberikan kesan konsistensi dan

harmonis dalam penggunaan warna. Dengan konsistensi ini, pengguna dapat dengan mudah mengenali elemen-elemen yang terkait dan membangun pemahaman yang kohesif tentang UI [22].



**Gambar 3.** Hasil Observasi dengan Three Circles

Melalui analisis menggunakan metode Three Circles seperti yang terlihat pada gambar 3, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kopi KurangLebih memiliki keunggulan dalam desain UI yang simpel dan minimalis, mampu menyajikan informasi dengan jelas, memiliki desain konsep visual sesuai dengan panduan merek, serta memenuhi kebutuhan pengguna yang menginginkan kompatibilitas dan tampilan yang ramah pengguna. Selain itu, analisis juga mengidentifikasi kelebihan kompetitor dalam penggunaan warna yang konsisten [21].

Hasil analisis seperti pada gambar 3 dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang UI yang sesuai dengan nilai-nilai dan kebutuhan yang diidentifikasi. Berikut ini merupakan konsep visual yang dipakai untuk merancang desain antarmuka website Kopi KurangLebih yang dapat dilihat pada gambar 4.

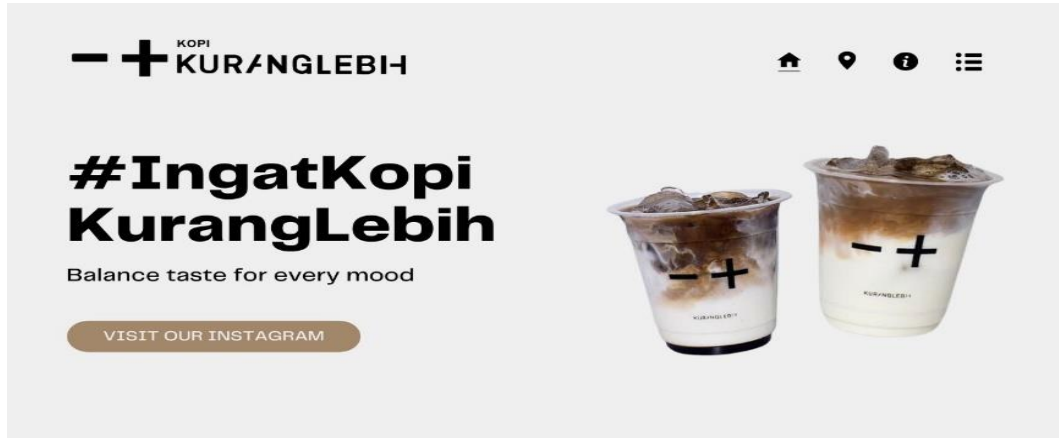


**Gambar 4.** Konsep Visual

Gambar 4 merupakan konsep visual sebagai dasar membangun UI website Kopi KurangLebih menggunakan aplikasi Canva. Tampilan website coffee shop ini mengusung tema minimalis dengan menggunakan warna brownish dan monokrom atau hitam putih untuk memberikan kesan modern dan nyaman. Untuk tipografi, digunakan font Telegraf, Telegraf Medium, dan Telegraf Light. Selain itu, foto-foto menu yang tersedia juga akan ditambahkan sebagai informasi penting.

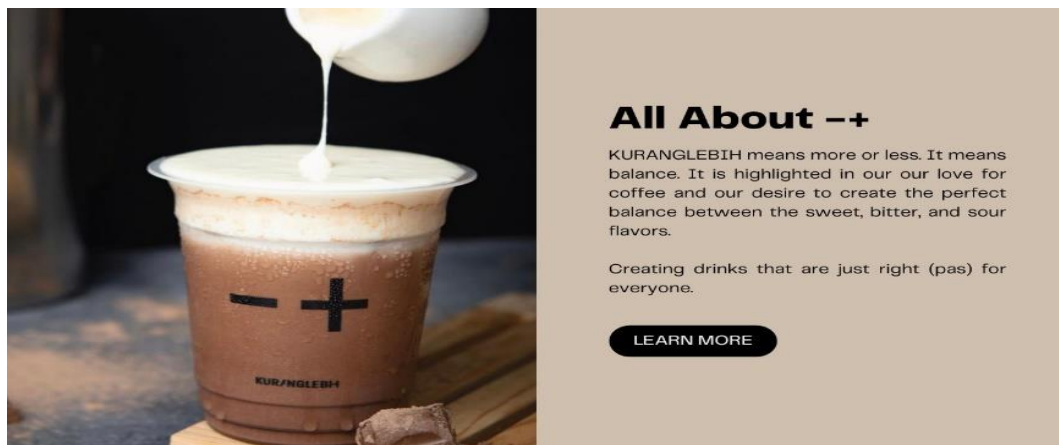
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis observasi menggunakan metode Three Circles dan penerapan UX Law dalam UI didapatkan beberapa halaman desain prototype website Kopi KurangLebih mulai dari halaman Home Page, Information Page, Full Page Information, Offering Product Page, Menu Coffee, Menu Non Coffee, Review Page, dan Our Location Page.



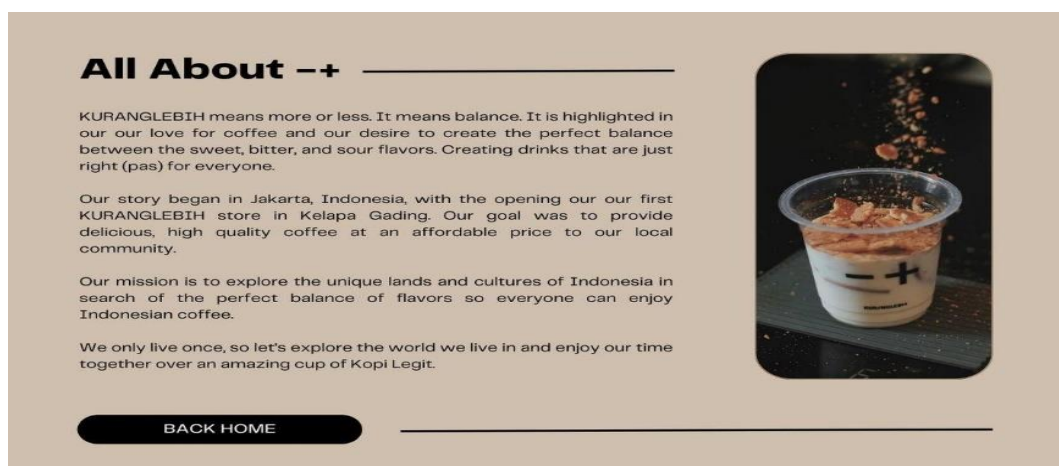
**Gambar 5.** Home Page

Gambar 5 merupakan Home Page yang dibangun dengan menerapkan poin D dalam gambar 3, yaitu menghasilkan variasi warna yang sesuai dengan panduan brand. Dalam menerapkan UX Law, juga diterapkan Pragnanz Law dengan menyederhanakan penyebutan menjadi bentuk yang lebih sederhana. Selain itu, terdapat penerapan Aesthetic Usability Effect yang membuat pengguna lebih tertarik untuk menggunakan produk dengan visual yang menarik, karena dianggap bahwa produk yang menarik juga lebih bermanfaat [23].



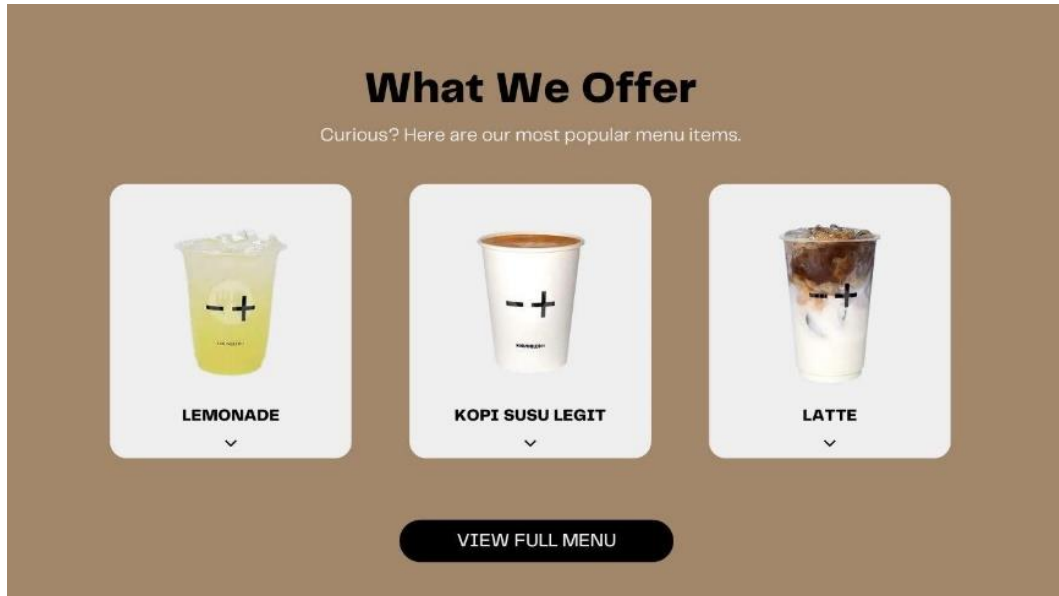
**Gambar 6.** Information Page

Halaman berikutnya pada gambar 6 menampilkan halaman informasi. Dalam penerapan metode Three Circles, poin D diterapkan dengan menampilkan informasi penting dan menarik tentang Kopi KurangLebih agar pengguna dapat memahami produk yang ditawarkan. Selain itu, halaman ini juga dirancang agar mudah dipahami oleh pengguna dengan adanya gambar kopi yang menggambarkan informasi tentang kopi itu sendiri. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Pragnanz Law dengan menyajikan informasi secara sederhana seperti gambar kopi, serta tombol "learn more" yang memberikan informasi lebih rinci tentang kopi KurangLebih.



**Gambar 7.** Full Page Information

Halaman berikutnya pada gambar 7 merupakan lanjutan dari halaman informasi setelah pengguna menekan tombol 'learn more'. Dalam penerapan metode Three Circles, poin D diterapkan dengan menampilkan informasi penting dan menarik tentang Kopi KurangLebih agar pengguna dapat memahami produk yang ditawarkan. Selain itu, halaman ini juga dirancang agar mudah dipahami oleh pengguna dengan adanya gambar kopi yang menggambarkan informasi tentang kopi itu sendiri. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Fitt's Law dengan menyediakan tombol 'back home' yang memiliki ukuran yang cukup besar sehingga jarak tombol tersebut dapat dengan mudah dijangkau oleh pengguna untuk kembali ke halaman utama.



**Gambar 8.** Offering Product Page

Halaman berikutnya merupakan halaman penawaran seperti terlihat pada gambar 8. Dalam penerapan metode Three Circles, terdapat penggunaan untuk menampilkan informasi mengenai minuman terlaris yang tersedia di Kopi KurangLebih. Hal ini ditujukan untuk menawarkan minuman yang paling diminati oleh pelanggan. Selain itu, terdapat konsistensi dalam penggunaan warna yang sesuai dengan brand guide. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Law of Common Region yang mengacu pada prinsip pengelompokkan. Pengelompokkan ini menggabungkan beberapa objek menjadi satu informasi yang jelas [24]. Pada halaman ini, juga terdapat penerapan Fitt's Law dengan menempatkan tombol 'view full menu' di tengah halaman dan memberikan ukuran yang cukup besar sehingga memudahkan pengguna untuk menjangkanya.



**Gambar 9.** Menu Coffee

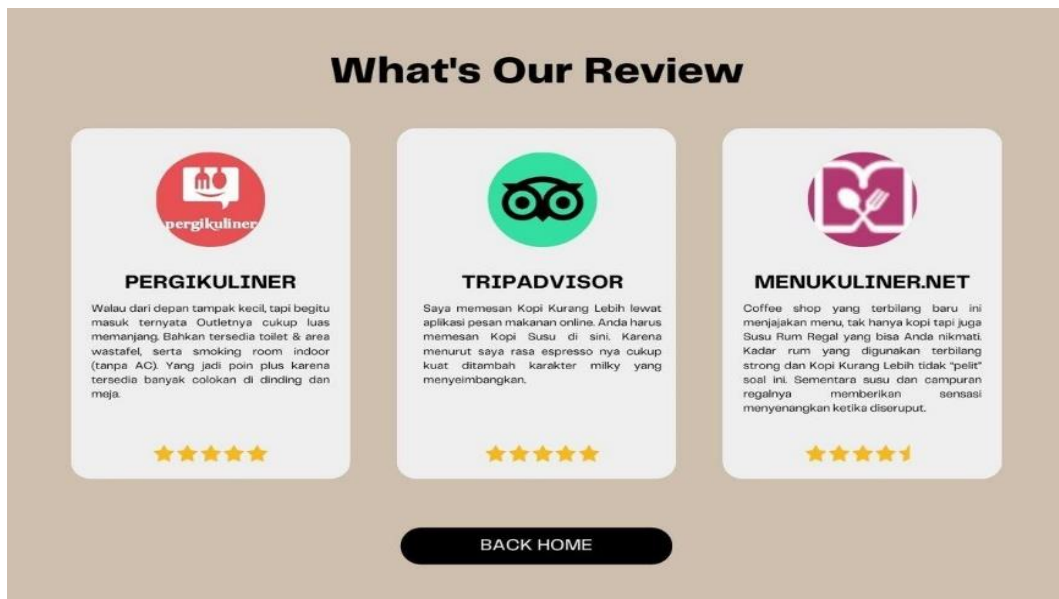
Halaman berikutnya menampilkan menu minuman kopi seperti terlihat pada gambar 9. Dalam penerapan metode Three Circles, halaman ini menampilkan informasi mengenai minuman kopi yang tersedia di KurangLebih. Informasi yang ditampilkan meliputi nama dan harga kopi, sehingga memberikan informasi penting

bagi pengguna dan membantu mereka dalam melihat menu. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Law of Miller yang menyatakan bahwa manusia memiliki keterbatasan dalam memproses informasi, yaitu hanya dapat mengingat sekitar 7 informasi pada satu waktu. Pada gambar 9, terdapat 6 informasi, sehingga halaman ini sesuai dengan Law of Miller. Selain itu, Pragnanz Law juga diterapkan dengan menempatkan tombol "home" di pojok kanan atas halaman. Selanjutnya, terdapat penerapan Law of Proximity dalam UX Law yang menyatakan bahwa objek yang berdekatan akan terlihat sebagai satu kelompok [24]. Dapat dilihat pada gambar 9, objek-objek tersebut berdekatan satu sama lain, menciptakan kesan kelompok.



**Gambar 10.** Menu Non Coffee

Halaman berikutnya menampilkan menu minuman non-kopi seperti terlihat pada gambar 10. Dalam penerapan metode Three Circles, halaman ini menampilkan informasi mengenai minuman non-kopi yang tersedia di KurangLebih. Informasi yang ditampilkan meliputi nama dan harga minuman, yang menjadi informasi penting bagi pengguna dalam melihat menu. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Law of Proximity yang menyatakan bahwa objek yang berdekatan akan terlihat sebagai satu kelompok [24]. Dapat dilihat pada gambar 10, objek-objek tersebut berdekatan satu sama lain, menciptakan kesan kelompok. Selain itu, Pragnanz Law juga diterapkan dengan menempatkan tombol "home" di pojok kanan atas halaman.



**Gambar 11.** Review Page

Halaman berikutnya merupakan halaman penilaian seperti terlihat pada gambar 11. Dalam penerapan metode Three Circles, halaman ini menampilkan informasi mengenai penilaian kopi KurangLebih dari berbagai platform. Penelitian ini tetap konsisten dalam menerapkan warna sesuai dengan panduan merek. Dalam penerapan UX Law, terdapat penerapan Law of Common Region yang mengacu pada prinsip pengelompokan.

Pengelompokkan dilakukan untuk menggabungkan beberapa objek menjadi satu informasi yang jelas dan terlihat terkait [24].



Gambar 12. Our Location Page

Halaman selanjutnya adalah Location Page yang terlihat pada gambar 12. Dalam menerapkan metode Three Circles, konsisten dalam menggunakan warna yang sesuai dengan brand guide tetap dilakukan. Penerapan UX Law yang terdapat adalah Law of Fitts pada tombol 'back home', karena semakin besar dan dekat sebuah objek, maka lebih mudah dijangkau. Oleh karena itu, tombol tersebut dirancang berdekatan dengan item di atasnya dan memiliki ukuran yang cukup panjang. Selanjutnya, penerapan Law of Common Region dapat ditemukan dalam pengelompokkan informasi [24]. Hal ini terlihat dalam pengelompokkan daerah lokasi di Jakarta menjadi satu informasi yang jelas.

Terdapat juga penerapan metode Three Circles yang menampilkan informasi tambahan yang penting, seperti akun Instagram, kontak, email, dan alamat dari Kopi KurangLebih yang terletak di Kelapa Gading sebagai cabang pusat. Selain itu, terdapat informasi penting berupa foto situasi di Coffee Shop Kelapa Gading yang bertujuan untuk menarik minat pengguna untuk mengunjungi coffee shop tersebut. Dalam penerapan UX Law, terdapat Law of Proximity yang mengindikasikan bahwa bentuk yang berdekatan akan terlihat sebagai satu kelompok [24]. Terdapat bagian dengan warna coklat di bawah yang terlihat seperti menjadi satu kelompok.

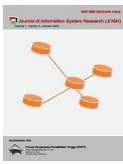
## 4. KESIMPULAN

Dari analisis menggunakan metode Three Circles dan penerapan prinsip UX Law dalam User Interface, dapat dilihat bahwa desain halaman-halaman yang disajikan dalam contoh tersebut mengikuti prinsip-prinsip yang efektif dalam menciptakan pengalaman pengguna yang baik. Penggunaan gambar dan foto pada halaman-halaman yang ada memberikan dampak visual yang signifikan. Gambar-gambar tersebut tidak hanya menambah estetika, tetapi juga memberikan gambaran yang lebih jelas tentang produk dan suasana di Coffee Shop KurangLebih. Hal ini dapat meningkatkan minat dan daya tarik pengguna untuk mengunjungi dan mencoba produk yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, UI ini berhasil memberikan pengalaman pengguna yang baik dengan menyediakan informasi yang relevan, navigasi yang intuitif, dan estetika visual yang menarik. Dengan demikian, halaman-halaman tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan kepuasan pengguna dalam berinteraksi dengan platform kopi KurangLebih. Melalui penerapan metode Three Circles dan prinsip UX Law, UI ini mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan pengalaman yang positif dalam menjelajahi dan berinteraksi dengan platform tersebut.

## REFERENCES

- [1] N. Iman, A. M. Muhar and A. I. Sari, "Analisis Daya Saing Industri Coffee Shop di Kota Medan," *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan*, vol. 2, no. 1, pp. 54-64, 2022, doi: 10.47065/jamek.v2i1.206.
- [2] S. A. Solihin, D. Nugrahyani and M. H. Fadhillah, "Analisis Strategi Pemasaran pada Kerta Cafe dalam Upaya Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 13, no. 2, pp. 259-266, 2022, doi: 10.32670/coopetition.v13i2.1604.
- [3] R. D. Wiastuti, N. S. Lestari and N. I. Mulyaningrum, "The Coffee Shop Experience for All," *PJAE*, vol. 17, no. 7, pp. 2850-2863, 2020, [Online]. Available: <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/1596>.



- [4] D. Y. Riyanto, "Deeper Understanding of Customer Needs Utilizing Customer Relationship Management," *Journal of Applied Management and Business*, vol. 3, no. 1, pp. 1-10, 2022, doi: 10.37802/jamb.v3i1.241.
- [5] D. H. Putra, M. Asfi and R. Fahrudin, "Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company," *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, vol. 8, no. 1, pp. 111-117, 2021, doi: 10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730.
- [6] L. Luther, V. Tiberius and A. Brem, "User Experience (UX) in Business, Management, and Psychology: A Bibliometric Mapping of the Current State of Research," *Multimodal Technologies and Interaction*, vol. 4, no. 18, pp. 1-19, May 2020, doi: 10.3390/mti4020018.
- [7] I. Darmawan, M. S. Anwar, A. Rahmatulloh and H. Sulastri, "Design Thinking Approach for User Interface Design and User Experience on Campus Academic Information Systems," *JOIV : International Journal on Informatics Visualization*, vol. 6, no. 2, pp. 327-334, June 2022, doi: 10.30630/joiv.6.2.997.
- [8] H. Cheng, "How does interaction design affect user experience throughonline shopping interfaces?," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, pp. 1-10, 2019, doi: 10.1088/1757-899X/573/1/012076.
- [9] H. J. Christanto, "Game Theory Analysis on Marketing Strategy Determination of KAI Access and Traveloka based on Usability of HCI (Human-Computer Interaction)," *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 4, no. 3, pp. 665-672, 2022, doi: 10.51519/journalisi.v4i3.300.
- [10] N. Rusti, Irham and A. Suryantini, "The Factors Influencing Local Coffee Shop Customers' Satisfaction in the 4.0 Industry Era," *AGRO EKONOMI*, vol. 32, no. 2, 2021, doi: 10.22146/ae.60861.
- [11] F. Fatihahsari and C. Darujati, "Analisis Usability Mobile Apps Edlink dengan Menggunakan Heuristic Evaluation," *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 10, no. 2, pp. 404-413, 2021, doi: 10.32520/STMSI.V10I2.1263.
- [12] P. Z. Dinata, M. A. Urwah, M. R. Rahmawan and E. Junaeti, "Perancangan UI/UX pada Web e-Commerce 'Hallo Coffee' Menggunakan Metode User-Centered Design," *Jambura Journal of Informatics*, vol. 5, no. 1, pp. 45-58, 2023, doi: 10.37905/jji.v4i2.17511.
- [13] T. A. Andriani, D. P. Sari and R. Andrian, "Perancangan User Interface Mobile App untuk Kumpulan Start-Up Coffee Shop di Wilayah Jakarta Timur sebagai Wadah Pemasaran Produk dengan Metode Design Thinking," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, vol. 11, no. 1, pp. 61-69, 2023, doi: 10.26418/justin.v11i1.54947.
- [14] A. Purnomo and A. Ardiansyah, "Pengembangan User Experience (UX) dan User Interface (UI) Aplikasi Ibeauty Berbasis Android," *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, vol. 6, no. 3, pp. 18-27, 2018, doi: 10.12928/jstie.v6i3.15251.
- [15] S. R. R. I and S. A. Saputra, "Perancangan UI/UX Design pada Aplikasi Jasa Freelancer Berbasis Android Menggunakan Metode User Centered Design," *Jurnal Ilmiah Matrik*, vol. 25, no. 1, pp. 7-14, 2023, doi: 10.33557/jurnalmatrik.v25i1.2279.
- [16] P. Marzec and D. M. Piotrowski, "Remote usability testing carried out during the COVID-19 pandemic on the example of Primo VE implementation in an Academic Library," *The Journal of Academic Librarianship*, vol. 49, no. 3, p. 102700, May 2023, doi: 10.1016/j.acalib.2023.102700.
- [17] L. Dumitrescu and C. Budac, "The Business Value," *Management & Marketing*, vol. 6, no. 1, pp. 83-88, 2008, [Online]. Available: <https://ideas.repec.org/a/aio/manmar/v6y2008i1p83-88.html>.
- [18] P. Weichbroth, "Usability of Mobile Applications: A Systematic Literature Study," *IEEE Access*, vol. 8, pp. 55563-55577, March 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.2981892.
- [19] S. Ernawati and A. D. Indriyanti, "Perancangan User Interface dan User Experience Aplikasi Medical Tourism Indonesia Berbasis Mobile Menggunakan Metode User Centered Design (UCD) (Studi Kasus: PT Cipta Wisata Medika)," *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, vol. 3, no. 4, pp. 90-102, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/49296>.
- [20] R. R. M and S. P.K, "Customer Needs and Customer Satisfaction," in *Theeranaipunya - A Capacity Building Training Programme Equipping the Fisherwomen Youth for the Future*, India, Indian Council of Agricultural Research, 2016, pp. 259-262, [Online]. Available: <http://eprints.cmfri.org.in/10824/>.
- [21] W. Swasty and A. R. Adriyanto, "Does Color Matter on Web User Interface Design?," *CommIT (Communication & Information Technology) Journal*, vol. 11, no. 1, p. 17-24, 2017, doi: 10.21512/commit.v11i1.2088.
- [22] M. Mirkowicz and G. Grodner, "JAKOB NIELSEN'S HEURISTICS IN SELECTED ELEMENTS OF INTERFACE DESIGN OF SELECTED BLOGS," *Social Communication*, vol. 2, pp. 30-51, 2018, doi: 10.2478/sc-2018-0013.
- [23] F. Abdillah, D. S. Pradana and W. Suharso, "Pengaruh Prinsip Design Aesthetics User Interface Terhadap Usability Aplikasi J&T Express Di Kota Malang," *Jurnal Repositor*, vol. 2, no. 8, pp. 1028-1040, 2020, doi: 10.22219/repositor.v2i8.506.
- [24] L. Crum, "Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services," *The Journal of the Design Studies Forum*, vol. 12, no. 3, p. 357-359, 2020, doi: 10.1080/17547075.2020.1822074.