

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, S. *et al.* (2017) 'Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking', pp. 50–55.
- Barkah, M. *et al.* (2021) 'Komparasi Pengaruh Hubungan Keterikatan Tempat dan Citra Tempat Ketiga terhadap Desain Kafe', *Arsitektur Zonasi*, 4, pp. 1–14.
- Bungah, D., Desa, D. A. N. and Gresik, K. (2015) 'Pengembangan Usaha Warung Kopi Didesa Bungah dan Desa Lasem, Kabupaten Gresik', 01(02), pp. 97–104.
- Gunawan, M. I., Rokhmawati, R. I. and Wardani, N. H. (2017) 'Evaluasi dan Perbaikan Antarmuka Pengguna Menggunakan Pendekatan User Centered Design (UCD) dan Card Sorting', 1(1).
- ISO 9241-210 (2010) 'ISO 9241-210:2010', *The Japanese journal of ergonomics*, 30(1), pp. 1–1. doi: 10.5100/jje.30.1.
- Kadek, N. *et al.* (2018) 'Rancang bangun aplikasi mobile siska berbasis android', 1(2), pp. 100–107.
- Krisnoanto, A., Brata, A. H. and Ananta, M. T. (2018) 'Penerapan Metode User Centered Design Pada Aplikasi E-Learning Berbasis Android (Studi Kasus: SMAN 3 Sidoarjo)', 2(12), pp. 6495–6501.
- Marwan, T. (2018) 'Pembuatan Desain User Interface Aplikasi Teman Bisnis Menggunakan Adobe XD CC', 02(03), pp. 122–129.
- Meisyanti and Kencana, W. H. (2020) 'Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand (Studi Deskriptif Podcast di Indonesia)', *Komunikasi dan Media*, 4(2), pp. 191–207.
- Nasional, J. *et al.* (2017) 'Penerapan Metode UCD (User Centered Design) pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web', 02, pp. 269–278.
- Platt, D. (2016) *The Joy of UX*. Laura Lewi. Indiana: Mark L. Taub.
- Praditya, A. B., Herlambang, A. D. and Saputra, M. C. (2018) 'Evaluasi Dan Perancangan Antarmuka Pengguna Aplikasi On Demand Berbasis Mobile Dengan Menerapkan Human-Centred Design (Studi Kasus: Mangjek Indonesia)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(9), pp. 3021–3028.
- Pratama, A. V., Lestari, A. D. and Aini, Q. (2019) 'Pratama, Analisis User Experience Aplikasi Academic Information System (AIS) Mobile Untuk User-Centered Metrics Menggunakan Heart Framework 405', *Sistem Informasi*, 8(September), pp. 405–412.
- Razy, A., Rabbani, F. and Pratama, A. R. (2021) 'Aplikasi Sistem Jemput Sampah Berbasis Android untuk Rumah Kos dan Area Sekitar Kampus', 7, pp. 67–76. doi:

10.34128/jsi.v7i1.299.

Septiana, F. and Nugroho, A. C. (2021) 'Rancang Bangun Sistem Perkuliahan Dengan Video On Demand Menggunakan Aplikasi Camtasia', *Teknologi Terkini*, 1(2), pp. 1–13.

Zellatifanny, C. M. (2020) 'Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast : Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast : An Opportunity and Challenge in Indonesia', 5(2), pp. 117–132. doi: 10.30818/jpkm.2020.2050202.

LAMPIRAN







SIGNATURE

Es Kopi Susu Se-Suway	18K
Es Kopi Sepersusuan	18K
Es Kopi Persepupuan	18K
Milk Jam	22K
BLUETIFUL	22K
Es Cobasu	20K

HOT & ICE COFFEE

ESPRESSO	15K	-
Americano	15K	17K
Coffee Latte	20K	22K
Cappucino	20K	22K
Kopi Susu Kampungan	15K	-
Kopi Tubruk	10K	-
Coffee Mocha	-	23K

NON COFFEE

Ice Milky Matcha	22K
Ice Chocolate	20K
Ice Thai Tea	20K
Ice Taro Latte	20K
Hot Chocolate	19K
Hot Matcha	20K





 kopi.suway
 KOPI SUWAY

 @kopi.suway

 gofood
 goPint

HASIL WAWANCARA

Nama : FX JANUARDO SIMBOLON
NPM : 14312355
Jurusan : INFORMATIKA
Narasumber : Dafista Fidel Bustarosa
Hari, Tanggal : Selasa, 10 September 2019
Waktu : 19.30
Tempat : Kedai Kopi Suway
Prihal : Wawancara Mengenai portal web Kedai Kopi suway

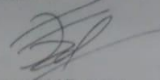
Tabel Wawancara

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Kenapa kedai kopi ini dinamakan Kedai Kopi Suway?	Awalnya di namakan kopi 9, setelah dibahas dengan keluarga, keluarga menyarankan untuk memberi nama Kopi Suway arti Suway selain dalam Bahasa Lampung Suway artinya 9. Suway juga berarti (Su = sesuai) (way = air yang mengalir) Jadi suway = sesuai air yang mengalir.
2.	Kopi apa saja yang dijual di Kedai Kopi Suway ini?	Menjual kopi pada umumnya seperti Robusta, Latte, Espresso, Americano dan kami pun menjual kopi Susu
3.	Kopi apa yang paling laku atau paling banyak dicari oleh konsumen?	Es kopi susu karena rasanya yang standar, tidak begitu pahit dan Kopi Panas karena yang panas rasa kopinya bisa bertahan lama.
4.	Bagaimana para konsumen bisa mengetahui Kedai Kopi Suway ini?	Melalui informasi yang disampaikan melalui mulut - ke mulut, dari media social maupun informasi yang disampaikan oleh para pegawai
5.	Apa saja yang harus diketahui para konsumen dalam memilih kedai kopi? Contohnya : seperti rasa, tempat, vasilitas, harga	<ul style="list-style-type: none"> - Dari Rasa, Produk, Knowledge - Dan dari Edukasi online infomasi (kalo tidak ketemu secara langsung) - Kalau bertemu langsung mungkin kita kasih sampel produk

6.	Media Promosi apa aja yang di gunakan di kedai kopi suway ini?	Sampai sekarang masih menggunakan Instagram (Promosi Perbayar Instagram), kalau menggunakan media promosi yang lain ongkos layanannya tinggi, dan belum bisa menawarkan event dikarenakan melihat dari kondisi tempat
7.	Apakah saat ini promosi kedai kopi bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih atau menentukan kedai kopi mana yang akan dikunjungi?	Sangat bisa, karena dari promosi itu kan sama seperti dari Instagram dia melihat dari profil atau ke webnya
8.	Apakah ada kendala dalam mempromosikan kedai kopi kepada konsumen	Kalo kendalanya ada, kalau dari bisnis itu target dalam marketingnya
9.	Seberapa besar pengaruh media promosi terhadap penjualan	Belum liat seberapa besar signifikan nya, sampai saat ini media promosi belum bisa ngalahin mulut ke mulut 70% pengaruhnya lebih besar di bandingkan media promosi
10.	Apakah di butuhkan semacam wadah atau portal web web yang berisi informasi tentang kedai kopi, Berikan alasan ?	Sangat di butuhkan Ketika portal itu jujur dalam mengiklankan berarti bukan karna perbayarnya klo perbayar kita bisa liat di food blogger atau media - media iklan yg sekarang

Bandar Lampung, 16 Oktober 2019

Mengetahui,
Pemilik Kedai Kopi Suway


Dafista Fidel Bustarosa.