

**FITLOOK: APLIKASI REKOMENDASI OUTFIT BERBASIS
KECERDASAN BUATAN UNTUK MEMBANTU PENGGUNA
DALAM PEMILIHAN PAKAIAN HARIAN**

**Neo Sheyka Isnaeni¹, Muhammad Narendra Gema Akbar Raihan², Muhammad
Hijri Thoriq Ma'ruf³, Muhammad Rizki Febrian⁴, Ardi Muhamad⁵, Taufik Rahmat
Kurniawan⁶**

Universitas Muhammadiyah Bandung

E-mail: neosheykaisnaeni@gmail.com¹, narendraakbarr@gmail.com²,
mhijrithoriqmr@gmail.com³, mrizkifebs@gmail.com⁴, ardimuhamad3204@gmail.com⁵,
taurahkur@umbandung.ac.id⁶

ABSTRAK

Pemilihan outfit harian merupakan tantangan yang umum dihadapi oleh banyak individu, khususnya kalangan mahasiswa. Ketidakmampuan dalam memadukan pakaian yang dimiliki secara efisien menyebabkan pemborosan waktu, rendahnya kepercayaan diri, serta tingginya potensi pembelian pakaian yang tidak terpakai. Penelitian ini menyajikan FitLook, sebuah aplikasi berbasis kecerdasan buatan yang dirancang untuk memberikan rekomendasi outfit personal berdasarkan koleksi pakaian yang dimiliki pengguna dan tipe tubuh mereka. Validasi pasar dilakukan melalui survei kuesioner terhadap 11 responden yang didominasi oleh mahasiswa (90%) berusia 21–25 tahun (70%). Hasil validasi menunjukkan bahwa 70% responden mengalami kebingungan dalam memilih outfit harian, 80% membutuhkan panduan berbasis pakaian yang mereka miliki, dan rata-rata urgensi kebutuhan terhadap aplikasi seperti FitLook mencapai 85%. Sebanyak 63,6% responden belum pernah mengetahui aplikasi sejenis sebelumnya, menandakan adanya celah pasar yang signifikan. Fitur utama yang paling dibutuhkan adalah kombinasi outfit dari pakaian yang sudah dimiliki (45,5%) dan rekomendasi outfit berdasarkan tipe tubuh (27,3%). FitLook hadir sebagai solusi inovatif yang berpotensi meningkatkan efisiensi pemilihan pakaian dan kepercayaan diri pengguna dalam berpakaian sehari-hari.

Kata Kunci: Outfit Recommendation, Kecerdasan Buatan, Virtual Wardrobe, Fashion Technology, Body Type, Market Validation.

ABSTRACT

Selecting daily outfits is a common challenge faced by many individuals, especially college students. The inability to efficiently combine owned clothing leads to wasted time, reduced self-confidence, and a high likelihood of purchasing unworn clothes. This paper presents FitLook, an artificial intelligence-based application designed to provide personalized outfit recommendations based on users' existing clothing collections and body types. Market validation was conducted through a questionnaire survey of 11 respondents, predominantly college students (90%) aged 21–25 years (70%). Validation results indicate that 70% of respondents experience daily outfit confusion, 80% need wardrobe-based guidance, and the average urgency score for an application like FitLook reaches 85%. A notable 63.6% of respondents had never previously encountered a similar application, indicating a significant market gap. The most in-demand features are outfit combination from existing clothing (45.5%) and body-type-based outfit recommendations (27.3%). FitLook emerges as an innovative solution with the potential to improve clothing selection efficiency and users' self-confidence in daily dressing.

Keywords: Outfit Recommendation, Artificial Intelligence, Virtual Wardrobe, Fashion Technology, Body Type, Market Validation.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penampilan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan sosial modern. Cara berpakaian seseorang tidak hanya mencerminkan identitas pribadi, tetapi juga memengaruhi persepsi orang lain serta kepercayaan diri individu tersebut dalam beraktivitas sehari-hari. Sebuah studi yang dipublikasikan dalam jurnal *Social Psychological and Personality Science* menunjukkan bahwa pakaian yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan diri dan produktivitas seseorang secara signifikan (Deldjoo et al., 2024). Namun, di balik kesadaran akan pentingnya penampilan tersebut, banyak individu terutama di kalangan generasi muda menghadapi tantangan nyata dalam memilih outfit harian yang sesuai.

Fenomena yang dikenal luas sebagai "wardrobe paralysis" suatu kondisi di mana seseorang merasa tidak memiliki pakaian yang tepat untuk dikenakan meskipun lemari pakaiannya penuh menjadi masalah yang banyak dialami. Berdasarkan hasil survei validasi pasar yang dilakukan dalam penelitian ini terhadap 11 responden, sebanyak 36,4% responden mengaku kadang-kadang (1–2 kali seminggu) mengalami kesulitan memilih outfit untuk dikenakan sehari-hari. Lebih lanjut, 36,4% responden juga mengaku sering merasa "tidak punya baju untuk dipakai" meskipun lemari mereka penuh, dan 63,6% responden pernah membeli pakaian yang akhirnya jarang atau tidak pernah dipakai.

Masalah ini bukan sekadar persoalan estetika, melainkan memiliki dampak nyata terhadap produktivitas dan kesejahteraan psikologis pengguna. Data survei menunjukkan bahwa rata-rata responden menghabiskan 5–20 menit setiap pagi hanya untuk memilih outfit, dengan 36,4% membutuhkan waktu kurang dari 5 menit, 27,3% membutuhkan 5–10 menit, dan 27,3% lainnya membutuhkan 10–20 menit. Temuan ini diperkuat oleh hasil validasi masalah yang menunjukkan bahwa permasalahan pemilihan outfit berdampak pada suasana hati dan produktivitas responden, dengan skor rata-rata urgensi mencapai 85%.

Permasalahan ini semakin relevan mengingat rendahnya literasi fashion di kalangan pengguna awam. Sebanyak 70% responden menyatakan sering merasa kurang percaya diri karena tidak mengetahui outfit yang cocok untuk tipe tubuh mereka, dan 80% menyatakan membutuhkan panduan atau referensi untuk memadukan pakaian yang mereka miliki. Namun, meskipun kebutuhan ini nyata, 63,6% responden belum pernah mengetahui adanya aplikasi fashion atau outfit planner yang dapat membantu mereka, mengindikasikan adanya celah pasar yang besar dan belum terlayani.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dan machine learning dalam beberapa tahun terakhir telah membuka peluang baru dalam berbagai domain, termasuk industri fashion. Teknologi seperti computer vision, natural language processing, dan sistem rekomendasi berbasis kolaboratif telah berhasil diterapkan dalam berbagai platform e-commerce fashion global (Laksito & Saputra, 2022). Namun, penerapan teknologi ini secara personal yakni yang mampu memahami koleksi pakaian yang sudah dimiliki pengguna dan merekomendasikan kombinasi outfit berdasarkan tipe tubuh masih sangat terbatas dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, khususnya di Indonesia.

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini mengusulkan FitLook sebagai solusi inovatif berbasis teknologi AI yang dirancang khusus untuk membantu pengguna dalam mengelola lemari pakaian digital (virtual wardrobe) dan mendapatkan rekomendasi outfit harian yang personal, relevan, dan sesuai dengan tipe tubuh mereka. FitLook menargetkan segmen utama mahasiswa dan generasi muda yang aktif secara sosial namun memiliki keterbatasan dalam literasi fashion.

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. Sistem Rekomendasi Fashion

Sistem rekomendasi fashion merupakan salah satu aplikasi kecerdasan buatan yang berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan platform e-commerce berbasis fashion. Deldjoo et al. mendefinisikan fashion recommender system sebagai sistem yang memanfaatkan berbagai teknik machine learning dan deep learning untuk memberikan saran pakaian yang dipersonalisasi kepada pengguna berdasarkan preferensi, riwayat interaksi, dan karakteristik visual item fashion (Deldjoo et al., 2024). Sistem ini umumnya mengintegrasikan pendekatan content-based filtering, collaborative filtering, maupun metode hybrid untuk menghasilkan rekomendasi yang lebih akurat dan relevan.

Dalam konteks fashion e-commerce, (Hwangbo et al., 2018) menunjukkan bahwa penerapan sistem rekomendasi secara signifikan meningkatkan tingkat konversi pembelian dan kepuasan pengguna. Penelitian tersebut mengembangkan sistem rekomendasi untuk ritel fashion berbasis analisis perilaku pengguna dan atribut produk, menghasilkan peningkatan relevansi rekomendasi dibandingkan metode manual. Temuan ini memperkuat urgensi pengembangan FitLook sebagai sistem rekomendasi yang tidak hanya berfokus pada pembelian, melainkan juga pada optimasi penggunaan pakaian yang sudah dimiliki pengguna.

2. Pendekatan Content-Based Filtering dan Collaborative Filtering

Dua paradigma utama dalam sistem rekomendasi fashion adalah content-based filtering dan collaborative filtering. Saputra & Laksito (Laksito & Saputra, 2022) mengembangkan sistem rekomendasi berbasis content-based dengan memanfaatkan ekstraksi fitur visual menggunakan arsitektur VGG16 — sebuah convolutional neural network (CNN) yang mampu mengenali pola visual kompleks pada citra pakaian. Pendekatan ini terbukti efektif dalam merekomendasikan item fashion berdasarkan kemiripan visual, yang relevan untuk komponen virtual wardrobe pada FitLook di mana pengguna mengunggah foto pakaian mereka sendiri.

Di sisi lain, (Syiam et al., 2023) menerapkan collaborative filtering untuk membangun sistem rekomendasi fashion yang memanfaatkan pola preferensi kolektif pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam mengidentifikasi item fashion yang disukai pengguna dengan profil serupa. Johari & Laksito (Johari & Laksito, 2021) mengembangkan lebih jauh dengan pendekatan hybrid yang menggabungkan IMDb weight rating dan TF-IDF untuk pasar Indonesia, menunjukkan bahwa adaptasi konteks lokal penting dalam pengembangan sistem rekomendasi yang efektif di pasar domestik.

3. Rekomendasi Outfit Berbasis Kombinasi (Outfit Compatibility)

Tantangan unik dalam rekomendasi fashion bukan sekadar merekomendasikan item tunggal, melainkan kombinasi outfit yang harmonis secara estetika dan kontekstual. (Lin et al., 2020) mengusulkan OutfitNet, sebuah model berbasis attention mechanism dan Multiple Instance Learning (MIL) yang dirancang khusus untuk menilai kompatibilitas antar item dalam satu outfit. Model ini mampu mempelajari hubungan visual dan semantik antara atasan, bawahan, dan aksesoris untuk menghasilkan kombinasi yang kohesif. Pendekatan ini menjadi landasan arsitektur rekomendasi kombinasi outfit pada FitLook, di mana sistem dituntut untuk menyarankan paduan pakaian dari koleksi yang sudah dimiliki pengguna.

4. Klasifikasi Tipe Tubuh dan Personalisasi Berbasis Atribut Fisik

Salah satu fitur diferensiasi utama FitLook adalah rekomendasi outfit berbasis tipe tubuh pengguna. Laily & Pratiwi (Laily & Pratiwi, 2025) mengembangkan sistem klasifikasi ukuran baju berdasarkan pengukuran tubuh menggunakan MediaPipe untuk deteksi pose tubuh dan Support Vector Machine (SVM) sebagai classifier. Penelitian ini membuktikan bahwa estimasi pengukuran tubuh dari kamera smartphone secara akurasi memadai untuk mendukung sistem rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan proporsi

fisik pengguna. Temuan ini menjadi referensi teknis bagi komponen body type detection pada FitLook.

5. Penerapan AI dalam Pemasaran Digital Fashion (E-Commerce)

Adopsi kecerdasan buatan dalam ekosistem fashion digital juga mencakup dimensi pemasaran. Susanto & Wahyono (Susanto & Wahyono, 2026) meneliti persepsi konsumen Indonesia terhadap penerapan AI pada platform e-commerce, khususnya TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Indonesia pada umumnya memiliki persepsi positif terhadap fitur rekomendasi berbasis AI selama relevansi dan privasi data terjaga. Temuan ini relevan bagi model bisnis FitLook yang merencanakan integrasi fitur rekomendasi pembelian outfit baru melalui kemitraan e-commerce sebagai salah satu aliran pendapatan.

Azizah & Rozi (Azizah & Rozi, 2024) lebih lanjut mengkaji efektivitas content-based filtering dalam konteks produk kecantikan Indonesia (Somethinc), menemukan bahwa personalisasi berbasis atribut produk mampu meningkatkan relevansi rekomendasi secara signifikan. Metodologi evaluasi sistem rekomendasi yang dikembangkan dalam penelitian ini menjadi acuan untuk kerangka evaluasi performa FitLook.

6. Model Bisnis Lean Startup untuk Produk Teknologi

Pengembangan FitLook sebagai startup teknologi mengadopsi kerangka Lean Startup. Arinatha (Arinatha et al., 2023) mendemonstrasikan penerapan metodologi Lean Startup pada startup HealthyTips, meliputi tahapan Build–Measure–Learn secara iteratif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa validasi awal melalui MVP (Minimum Viable Product) dan pengujian hipotesis bisnis secara empiris terbukti mengurangi risiko kegagalan produk. Pendekatan ini diadopsi secara langsung dalam metodologi penelitian dan pengembangan FitLook, di mana validasi masalah dan solusi melalui kuesioner merupakan fase pengukuran awal sebelum pengembangan produk penuh.

7. Ringkasan Posisi Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian FitLook berada di irisan antara tiga domain utama: (1) sistem rekomendasi fashion berbasis AI, (2) personalisasi berbasis atribut fisik pengguna, dan (3) manajemen virtual wardrobe. Meskipun masing-masing domain telah dieksplorasi secara terpisah dalam literatur, belum terdapat penelitian yang secara terpadu menggabungkan ketiga komponen tersebut khususnya dengan fokus pada optimasi pakaian yang sudah dimiliki (owned wardrobe) dan adaptasi untuk konteks pengguna Indonesia. FitLook hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut.

Tabel 1. Ringkasan Kajian Literatur Terkait FitLook

No.	Peneliti	Metode/Teknologi	Kontribusi Utama	Relevansi ke FitLook
1.	Deldjoo et al. (2023)	Survey: CBF, CF, Hybrid, DL	Taksonomi komprehensif sistem rekomendasi fashion modern	Landasan teori sistem rekomendasi
2.	Saputra & Laksito (2022)	VGG16, Content-Based Filtering	Ekstraksi fitur visual pakaian untuk rekomendasi berbasis gambar	Dasar komponen image recognition virtual wardrobe
3.	Syiam et al. (2022)	Collaborative Filtering	Rekomendasi fashion berbasis pola preferensi kolektif	Referensi metode CF untuk rekomendasi outfit

4.	Lin et al. (2020)	OutfitNet, Attention, MIL	Penilaian kompatibilitas outfit multi-item	Arsitektur rekomendasi kombinasi outfit
5.	Laily & Pratiwi (2023)	MediaPipe, SVM	Klasifikasi ukuran baju berbasis estimasi tubuh kamera	Komponen body type detection
6.	Susanto & Wahyono (2023)	Survei Persepsi Konsumen	Penerimaan AI dalam e-commerce fashion (TikTok)	Validasi penerimaan pasar Indonesia
7.	Hwangbo et al. (2018)	User Behavior Analysis	Sistem rekomendasi fashion ritel meningkatkan konversi	Justifikasi bisnis sistem rekomendasi
8.	Azizah & Rozi (2023)	Content-Based Filtering	Rekomendasi produk berbasis atribut untuk pasar Indonesia	Kerangka evaluasi performa rekomendasi
9.	Johari & Laksito (2022)	Hybrid: IMDb Rating + TF-IDF	Sistem hybrid untuk pasar online Indonesia	Adaptasi konteks lokal sistem rekomendasi
10.	Arinatha et al. (2022)	Lean Startup, MVP, BMC	Validasi bisnis dan pengembangan iteratif startup teknologi	Metodologi pengembangan bisnis FitLook

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-methods yang mengombinasikan riset pasar kuantitatif (kuesioner validasi) dengan kerangka pengembangan produk berbasis Lean Startup. Metodologi dirancang untuk memvalidasi hipotesis masalah dan solusi secara empiris sebelum masuk ke tahap pengembangan teknis FitLook. Secara keseluruhan, proses penelitian terdiri dari empat tahap utama yang berjalan secara iteratif.

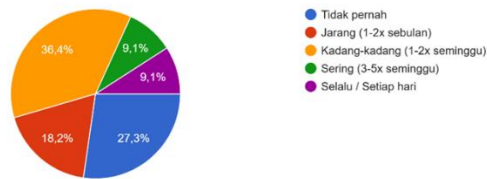
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan rancangan model bisnis dan prototipe aplikasi FitLook, yaitu aplikasi rekomendasi outfit berbasis Artificial Intelligence (AI) yang memanfaatkan koleksi pakaian milik pengguna sebagai dasar dalam menghasilkan rekomendasi berpakaian. Pengembangan konsep dilakukan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan pengguna melalui penyebaran kuesioner serta studi literatur mengenai perkembangan teknologi AI pada bidang fashion.

1. Hasil Validasi Kebutuhan Pengguna

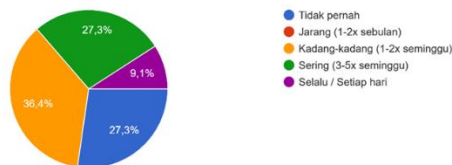
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 11 responden yang merupakan calon pengguna potensial, diperoleh bahwa sebanyak 60% responden mengalami kesulitan dalam menentukan outfit harian, sedangkan 60% responden menyatakan membutuhkan aplikasi yang mampu memberikan rekomendasi outfit berdasarkan pakaian yang telah dimiliki. Selain itu, 50% responden menyatakan bersedia mengunduh dan menggunakan FitLook apabila tersedia secara gratis.

Seberapa sering Anda merasa kesulitan memilih outfit untuk dikenakan sehari-hari
11 jawaban



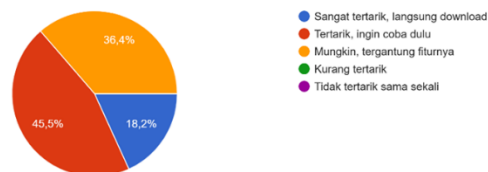
Gambar 1. Grafik Validasi Kesulitan Memilih Outfit

Seberapa sering Anda merasa 'tidak punya baju untuk dipakai' meski lemari penuh
11 jawaban



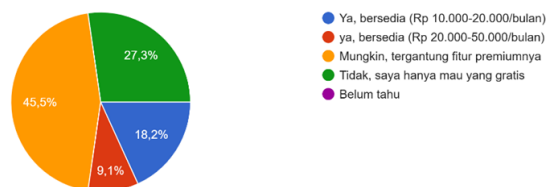
Gambar 2. Grafik Validasi Merasa Tidak Punya Baju

Jika ada aplikasi yang bisa merekomendasikan outfit dari pakaian yang Anda miliki berdasarkan tipe tubuh Anda, apakah Anda tertarik menggunakannya
11 jawaban



Gambar 3. Grafik Validasi Keinginan Menggunakan Aplikasi

Apakah Anda bersedia membayar fitur premium jika aplikasinya memang memberikan manfaat nyata
11 jawaban



Gambar 4. Grafik Validasi Fitur Premium

Hasil tersebut menunjukkan bahwa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini merupakan kebutuhan nyata yang dialami oleh target pengguna. Kondisi tersebut sekaligus mengindikasikan adanya peluang pasar bagi pengembangan aplikasi rekomendasi outfit berbasis Artificial Intelligence (AI) yang mampu memberikan solusi secara personal.

2. Analisis Solusi yang Diusulkan

FitLook dikembangkan sebagai aplikasi mobile berbasis Artificial Intelligence (AI) yang berfungsi memberikan rekomendasi outfit berdasarkan koleksi pakaian pengguna, profil tubuh, dan preferensi gaya berpakaian. Berbeda dengan kompetitor yang berorientasi pada katalog produk atau layanan berbayar, FitLook memanfaatkan pakaian yang telah dimiliki pengguna sebagai dasar rekomendasi sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.

Fitur utama yang ditawarkan meliputi Wardrobe Management, AI Outfit Recommendation, dan AI Style Consultant. Ketiga fitur tersebut dirancang untuk membantu

pengguna menentukan kombinasi pakaian secara cepat, meningkatkan rasa percaya diri, serta mendukung gaya hidup yang lebih praktis dan efisien.

3. Analisis Model Bisnis

FitLook menerapkan model bisnis Freemium, yaitu menyediakan layanan utama secara gratis untuk menarik pengguna pada tahap awal, kemudian menawarkan layanan premium dengan fitur tambahan sebagai sumber pendapatan. Selain itu, startup ini juga memiliki beberapa sumber pendapatan lain seperti iklan dalam aplikasi (in-app advertising), kerja sama dengan brand fashion (brand partnership), serta program afiliasi dengan marketplace.

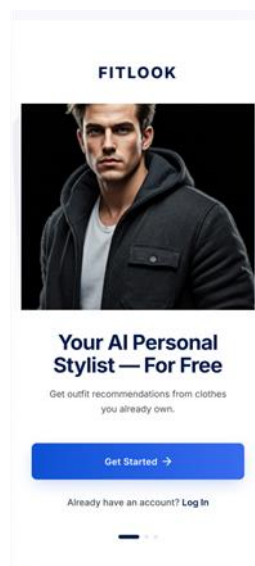
Strategi tersebut dipilih agar aplikasi mampu memperoleh basis pengguna yang besar terlebih dahulu sebelum melakukan monetisasi secara bertahap. Dengan model ini, FitLook memiliki peluang untuk membangun ekosistem pengguna yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Analisis Kelayakan Bisnis

Berdasarkan proyeksi finansial yang telah disusun, kebutuhan modal awal FitLook sebesar Rp158.769.200, yang terdiri atas biaya investasi awal (Capital Expenditure) sebesar Rp19.325.000 dan biaya operasional tahun pertama (Operational Expenditure) sebesar Rp139.444.200. Sementara itu, proyeksi pendapatan pada tahun pertama diperkirakan mencapai sekitar Rp117 juta, dengan target Break Even Point (BEP) pada bulan ke-18 operasional.

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa FitLook memiliki prospek bisnis yang cukup baik, terutama didukung oleh pertumbuhan pasar fashion digital di Indonesia, tingginya jumlah pengguna smartphone, serta belum adanya kompetitor lokal yang menawarkan layanan serupa secara gratis dengan personalisasi berbasis AI.

5. Product Mockup

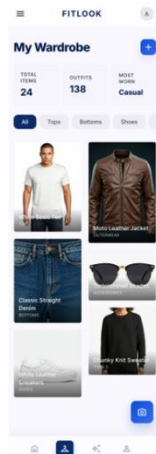


Gambar 5. Onboarding

Halaman ini merupakan tampilan yang dilihat user ketika membuka aplikasi untuk pertama kalinya. Disini user memiliki pilihan untuk melakukan registrasi atau login akun yang sudah ada.

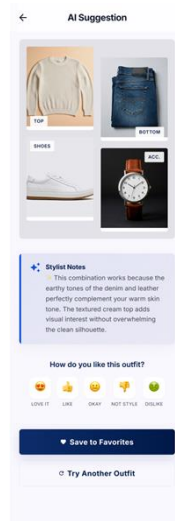
Gambar 6. Authentication

Berikut adalah tampilan authentication yang berisi Sign Up dan Log In. User memasukkan nama lengkap, e-mail, dan password untuk membuat akun baru. User juga mempunyai pilihan untuk melakukan authentication menggunakan akun Google atau Apple.



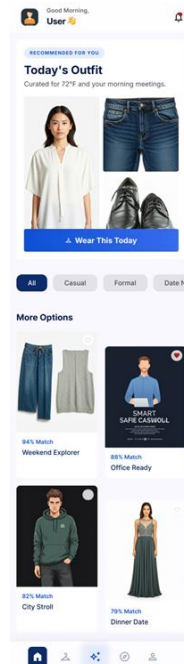
Gambar 7. My Wardrobe

Halaman yang menampilkan seluruh outfit yang telah di upload oleh user agar bisa masuk kedalam lemari digital. Sehingga nantinya AI Stylist bisa membantu user untuk memilih outfit sesuai database lemari.



Gambar 8. AI Suggestion

Salah satu fitur utama yaitu rekomendasi outfit berdasarkan situasi.



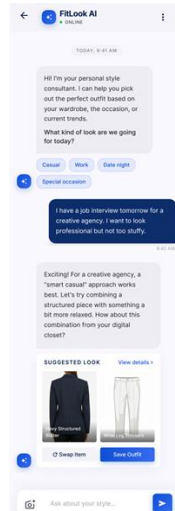
Gambar 9. Home Dashboard

Halaman utama dari aplikasi FitLook. Di dalam beranda ini terdapat beberapa fitur seperti saran pakaian apa yang cocok untuk hari ini. Begitu juga dengan fitur algoritma untuk memberikan user inspirasi rekomendasi outfit sesuai kategori seperti Casual, Formal, Office, Date Night, dll.



Gambar 10. Profile Setup

Halaman profile yang berisi pertanyaan mengenai biodata user. User mengisi formulir agar aplikasi mengetahui gender, tinggi, berat badan, dan bentuk badan user. Begitu juga pilihan mengenai vibe apa yang diinginkan user dalam pemilihan rekomendasi outfitnya.



Gambar 11. Style Consultant

Fitur ini merupakan AI Chatbot yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan user seputar outfit. Mulai dari rekomendasi situasi tertentu, sampai ke rekomendasi pilihan outfit sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan rancangan model bisnis startup FitLook, yaitu aplikasi mobile berbasis Artificial Intelligence yang mampu memberikan rekomendasi outfit berdasarkan koleksi pakaian pengguna, tipe tubuh, serta preferensi gaya berpakaian. Berdasarkan hasil validasi pasar, sebagian besar responden mengalami kesulitan dalam menentukan outfit harian dan menunjukkan ketertarikan terhadap solusi yang ditawarkan oleh FitLook. Hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai solusi digital pada bidang fashion technology di Indonesia.

Selain memiliki keunggulan berupa layanan gratis, personalisasi berbasis AI, dan penggunaan pakaian milik pengguna sendiri, FitLook juga didukung oleh model bisnis freemium, strategi pemasaran digital, serta proyeksi finansial yang menunjukkan potensi pertumbuhan yang baik. Penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada implementasi aplikasi secara penuh, pengembangan model AI yang lebih akurat, serta pengujian terhadap jumlah responden yang lebih besar agar diperoleh hasil yang semakin representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinatha, I. W. A., Swastika, I. P. A., & Tiawan, T. (2023). Rancangan Model Bisnis Produk Dengan Menggunakan Metode Lean Startup (Studi Kasus Startup HealthyTips). *Jurnal Tekno Kompak*, 17(1), 96–110. <https://doi.org/10.33365/jtk.v17i1.2130>
- Azizah, N., & Rozi, A. F. (2024). Sistem Rekomendasi Produk Somethinc Menggunakan Metode Content-based Filtering. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 6(3), 461–468. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i3.1411>
- Deldjoo, Y., Nazary, F., Ramisa, A., McAuley, J., Pellegrini, G., Bellogin, A., & Noia, T. D. (2024). A Review of Modern Fashion Recommender Systems. *ACM Computing Surveys*, 56(4), 1–37. <https://doi.org/10.1145/3624733>
- Hwangbo, H., Kim, Y. S., & Cha, K. J. (2018). Recommendation system development for fashion retail e-commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 94–101. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.01.012>
- Johari, M., & Laksito, A. (2021). The Hybrid Recommender System of the Indonesian Online Market Products using IMDb weight rating and TF-IDF. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 5(5), 977–983. <https://doi.org/10.29207/resti.v5i5.3486>
- Laily, T. N., & Pratiwi, N. (2025). Klasifikasi Ukuran Baju Berdasarkan Pengukuran Tubuh

- Menggunakan MediaPipe dan Support Vector Machine. *Metik Jurnal*, 9, 427–438.
- Laksito, A., & Saputra, M. R. (2022). Content Based VGG16 Image Extraction Recommendation. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 6(3), 370–375. <https://doi.org/10.29207/resti.v6i3.3909>
- Lin, Y., Moosaei, M., & Yang, H. (2020). OutfitNet: Fashion Outfit Recommendation with Attention-Based Multiple Instance Learning. *Proceedings of The Web Conference 2020*, 77–87. <https://doi.org/10.1145/3366423.3380096>
- Susanto, D. C., & Wahyono, T. (2026). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN KECERDASAN ARTIFISIAL PADA DIGITAL MARKETING: STUDI KASUS PADA APLIKASI E-COMMERCE TIKTOK. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 15(2), 3356–3368. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i2.2298>
- Syiam, M. K., Wibowo, A. T., & Setiawan, E. B. (2023). Fashion Recommendation System using Collaborative Filtering. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 5(2), 376–385. <https://doi.org/10.47065/bits.v5i2.3690>