

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatiha, R. A., & Sukoco, I. (2021). *Penerapan Metode Design thinking Terhadap Pemasaran Produk pada Coffee Shop Rimbun*. Jurnal Bahtera Inovasi, 5(1), 49-56. Retrieved from <https://doi.org/10.31629/jg.v3i2.xxx>
- Alrazi, C. Z., & Rachman, A. (2021). *Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Animasi Periklanan Digital Pencegahan Covid-19*. Jurnal Komunikasi Visual, 14(2), 190–202. Retrieved from <https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2247>
- Anggriani, M., Erdiansyah, R., & Salman, D. (2022). *Pengaruh Iklan Sosial Media Shopee terhadap Keputusan Pembelian*. Prologia, 6(2), 205-209. Retrieved from <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.10397>
- Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). *Penerapan Metode Design thinking dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile SIPROPMAWA*. Journal of Information System Research (JOSH), 4(4), 1072–1081. Retrieved from <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Aprilia, S. F., & Hatammimi, J. (2024). *Perancangan Strategi Promosi Yang Terintegrasi Dengan Metode Design thinking Pada UMKM Pesona Hijab (Designing a promotion strategy that is integrated with the design thinking method for Pesona Hijab MSMEs)*. E-Proceeding of Management, 11(5), 5050-5063. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/24493>
- Benjamin, D., & Yonchev, V. (2018). How-Now-Wow Prioritization (Matrix) Why Do How-Now-Wow Prioritization (Matrix)? 8–10.
- Biswas, A. (2024). *From passion to profit: unveiling the strengths of proactive mindset, perseverance, excellence and education in the entrepreneurial success of MSMEs*. International Journal of Productivity and Performance Management, 73(8), 2530–2557. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/IJPPM-05-2023-0269>
- Ernanda, D. (2024). *Cara Menentukan Harga Grosir dan Eceran Pengertian Harga Grosir dan Eceran Harga grosir Harga eceran Cara Menentukan Harga Grosir dan Eceran*. 1–11.
- Effendi, P. M., Pratama, Y. H. C., & Al Hafidz, M. (2024). *Design Thinking: Pengembangan Prototype Aplikasi Evaluasi Pembelajaran Mata Kuliah Berbasis Web*. Jurnal Informatika Polinema, 10(3), 413–420. <https://doi.org/10.33795/jip.v10i3.5176>
- Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., & Gunadi, H. (2023). *Penerapan Design thinking dalam Perancangan Strategi Pemasaran*

- UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1-10. Retrieved from <https://doi.org/10.37535/104003120231>
- Ginanjar, J., & Sukoco, I. (2022). *Penerapan Design Thinking Pada Sayurbox*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen (JURISMA)*, 12(1), 70-83. Retrieved from <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.5078>
- Gray. (2011). *How-Now-Wow Matrix*. 30–32. [https://gamestorming.com/how now-wow-matrix/](https://gamestorming.com/how-now-wow-matrix/)
- GreatNusa. (2023). *Content Planner: Pengertian, Fungsi, dan Cara Menggunakannya*. GreatNusa, 3–5. <https://greatnusa.com/article/content-planner-adalah>
- Hatammimi, J., & Andini, S. (2022). *Measuring the implementation of the design thinking concept in the creative industry*. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy (2687-2293)*, 4(2), 20–27. Retrieved from <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i2.326>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga, Jawa Tengah : CV. Eureka Media Aksara.
- Ismail, M. I., & Ilyas, N. I. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Karunarathne, E. A. C. P., & Thilini, W. A. (2022). *Advertising value constructs' implication on purchase intention: social media advertising*. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 10(3), 287-303. Retrieved from [doi:10.2478/mdke-2022-0019](https://doi.org/10.2478/mdke-2022-0019)
- Mao, E., & Zhang, J. (2015, January). *What drives consumers to click on social media ads? The roles of content, media, and individual factors*. In 2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences, 3405-3413. Retrieved from <https://doi.org/10.1109/HICSS.2015.410>
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin. S. (2023). *Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin*. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 756-764. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Nasution, A. G. J. (n.d.). *Sekapur Sirih*.
- Pahlevi, S. R. (2022). *Analisis Iklan Jaminan Saldo Kembali dari Gopay Dalam Perpektif Teori Design Thinking*. *Journal of Advertising and Visual Communication*, 3(1), 26–34. Retrieved from <https://doi.org/10.33153/citrawira.v3i1.4618>
- Pratama, I. P. A. A., Paramitha, A. A. I. I., & Satwika, I. P. (2024). *Penerapan Metode Design thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus*

- JRO Sandat Property*. Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi, 7(1), 73–86. Retrieved from <https://jurnal.ftikomibn.ac.id/index.php/jtksi/index>
- Priyono, A. Y., Aryotejo, G., & Adhy, S. (2023). *Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan Prototype Lost and Found*. Jurnal Masyarakat Informatika, 14(2), 96 - 107. Retrieved from <https://doi.org/10.14710/jmasif.14.2.52662>
- Purwanto, N. (2019). *Variabel Dalam Penelitian Pendidikan*. Jurnal Teknodik, 6115, 196–215. Retrieved from <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common, 3(1), 71-80. Retrieved from <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Raihan. (2017). *Metode Penelitian* (Vol. 59, Issue April).
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). *Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 10(2), 188. Retrieved from <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I02.P05>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). *Implementasi Metode Pendekatan Design thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru*. Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Sari, Y., Anggraeni, E., Ekonomi Syariah, M., & Raden Intan Lampung, U. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Digital pada UMKM*. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 2, 73–78. Retrieved from <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Subhan, A., & Peratiwi, M. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Dengan Metode Analisis Matrik Bcg, Swot Dan Benchmarking Pada Perusahaan Rubby Hijab*. Jurnal Industrial Servicess, 3(1), 311-316. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.36055/jiss.v3i1c.2111>
- Sudiana, K., Rohmah, A., Nugraha, S. M., Clarissa, K., Winata, C. A., & Risanti, S. N. A (2021) *Playbook of Design thinking*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. In CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, & Kombinasi*.

- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). *Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(1), 133. Retrieved from <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Surya. (2022). Apa itu Pemasaran Grosir : Segala Hal yang Perlu Anda Ketahui. (online). 1–13. <https://www.growmax.io/blog/wholesale-marketing> (diakses tanggal brp).
- Syaikhuddin, M. M., Wardhana, E. D., Balafif, N., & Utomo, T. P. (2022). *Perancangan User Interface Aplikasi TypeofLife Menggunakan Figma dengan Metode Prototype*. Teknologi, 12(2), 54–61. Retrieved from <https://doi.org/10.26594/teknologi.v12i2.3347>
- Wahyuni, S., Al Hafiz, M., & Suhairi. (2023). *Analisis Media Sosial Dalam Menjangkau Pemasaran Global Pada Bisnis Internasional*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 8(4). Retrieved from <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21212>
- Yulianto, E., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, M. (t.t.). Digital Marketing Strategy to Increase MSME Sales Depok City.
- Yulius, R., Nasrullah, M. F. A., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). *Design Thinking : Konsep Dan Aplikasinya*. Purbalingga, Jawa Tengah : Eureka Media Aksara.