

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571–579.
- Beer, M. J. De. (2015). *The role of design thinking in brand strategy*. February. <https://etd.cput.ac.za/handle/20.500.11838/1333>
- Branding, D., Coffee, C., Awareness, M. B., Instagram, M., Saputra, A., Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). *DIGITAL BRANDING COMA COFFEE DALAM*. 6425.
- Ferbita, L. V., Setianti, Y., & Dida, S. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Journal Acta Diurna*, 16(2), 113–136. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2020.12.2.2865>
- Fitra Alfajri, M. (2020). *Perencanaan Strategi Digital Pada Sribu.Com Menggunakan Metode Design Thinking*. 1–224. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56136>
- Hasani, R. A., Resa, M., Yudianto, A., Sukmasetya, P., & Febriyanto, Y. (2022). Uji Prototype Metode Design Thinking pada penyebaran Informasi COVID-19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 1410–9794. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Mustika, W. (n.d.). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP MINAT BELI HANDUK PADA MARKETPLACE “ X . ”* 709–716.
- Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 119–133. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.15946>
- Pudjoprastyono, H., Layli, R. M., Wicaksono, T. M. A., & Faajri, M. S. (2023). Pemberdayaan UMKM Rolade Sawi Melalui Peningkatan Branding Digital dan Inovasi Kemasan. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 2(1), 51–56.
- Raja Ainya Alfatiha, & Sukoco, I. (2021). Penerapan Metode Design Thinking terhadap Pemasaran Produk pada Coffee Shop Rimbun. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3710>
- Reza, M. W. A., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Fotografi Sebagai Media Promosi Digital Brand Local Cutoff. *Jurnal Barik*, 4(3), 259–267. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

