

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. B., & Gita, W. N. (2020). *Strategi Peningkatan Brand Awareness Yang Dilakukan Oleh Le Minerale Selama Masa Pandemi Covid-19*. Diakses 8 Juni 2023. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. III*.
- Aliya, H. (2023). *Usability Testing: Arti, Metode, Langkah-Langkah, dan Manfaatnya*. Diakses 28 Januari 2024. <https://glints.com/id/lowongan/usability-testing-adalah/>.
- Amalia, R. (2023). *Langkah-Langkah Membuat Akun Instagram Bisnis, Lengkap Dengan Gambar!*. Diakses 9 November 2023. <https://www.gamelab.id/news/2717-langkah-langkah-membuat-akun-instagram-bisnis>.
- Arifin, D. P. P. (2018). *Kajian Pembahasan Skim Dan Santan Terhadap Karakteristik Yoghurt Dari Whey*. *Pasudan Food Technology Journal: Vol. 5 No. 1*, 55. Diakses 8 Juni 2023.
- Azzahra, A. F. (2023). *Pengembangan Prototype User Interface Aplikasi Jalan Cantik Jawa Tengah Menggunakan Metode Design Thinking*. Universitas Walisongo. Diakses 28 Januari 2024.
- Baldan. (2020). *10 Rekomendasi Font Yang Bagus Untuk Website*. Diakses 9 November 2023. <https://disaya.co.id/blog/font-yang-bagus-untuk-website/>.
- BLC. (2019). *Ini Pilihan Font Terbaik Yang Harus Kamu Pakai Untuk Resume*. Diakses 9 November 2023. <https://blc.surabaya.go.id/artikel/detail/ini-pilihan-font-terbaik-yang-harus-kamu-pakai-untuk-resume>.
- Bozigian, C. (2023). *How To Choose The Best Font For Your Business Logo*. Diakses 3 Desember 2023. digitalsilk.com.
- Cinthya. (2020). *Brand Identity: Pengertian, Manfaat Dan Tips Dalam Membangunnya*. Diakses 8 Juni 2023. <https://Accurate.Id/Marketing-Manajemen/Pengertian-Lengkap-Brand-Identity/>.
- Darisman, A. (2020). *Apa itu Identitas Merk/Brand Identity*. Diakses 8 Juni 2023. <https://Binus.Ac.Id/Bandung/2020/06/Apa-Itu-Identitas-Merk-Brand-Identity/>.
- Darmawan, E. V. B., Larasati, A., Mu'id, A., Maulidin, M. V. I., & Susanto, R. W. Y. N. (2022). *Implementasi Digital Branding Pada Umkm Bidang Kuliner Di*

- Kota Malang Dalam Rangka Akselerasi Umkm Go-Digital. *Jurnal Pengabdian dan Pendidikan Teknologi*: Vol. 3, 34. Diakses 8 Juni 2023. <http://journal2.um.ac.id/index.php/JP2T/article/view/28839/10018>
- DeLane, J. (2018). What Is *Digital Branding*. Diakses 8 Juni 2023. <https://Digitalbrandinginstitute.Com/Digital-Branding/>.
- Fadly, H. D., & Sutarna. 2020. Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 219. Diakses 8 Juni 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>.
- Ferbita, L. V., Setianti, Y., & Dida, S. (2020). Strategi *Digital Branding* Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Journal Acta Diurna*, 16(2). Diakses 8 Juni 2023.
- Fernando, D. D., & Fahrudin. (2023). *History Of The Industrial Revolution*. X Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan, dan Humaniora: Vol 7 No. 1. Diakses 2 Januari 2024.
- GrahaNurdian.com. (2022). Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi). Diakses 8 Juni 2023. <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *Umkm Dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissula Press, 5. Diakses 8 Juni 2023.
- Hidayanto, S., & Kartosapoetro, I. S. (2020). Strategi *Digital Branding* Pada *Startup Social Crowdfunding* (Studi Kasus Pada Kitabisa.com). *Komunikatif*, 9(1), 19–33. Diakses 8 Juni 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.33508/jk.v9i1.2259>
- Hidayati, K. F. (2020). Memahami Brand Credibility, Bentuk Kepercayaan yang Penting untuk Puaskan Pelanggan. Diakses 9 November 2023. <https://glints.com/id/lowongan/brand-credibility-adalah/>.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *In Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2). Diakses 8 Juni 2023.

- Jordy, H., & Aras, M. (2022). *Projek Branding "Dear Dairy"*. Diakses 8 Juni 2023. <https://Mik.Binus.Ac.Id/2022/06/27/Projek-Brandingdear-Dairy/>.
- Kautsar, A. W. N. A., & Wahyuningrum, T. (2023). Analisis *Usability* pada Website Narasi.tv Menggunakan Metode *Unmoderated Remote Usability Testing dan User Experience Questionnaire* (UEQ). *JIEET*: Vol. 07 No. 2. Diakses 28 Januari 2024. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jieet/article/view/26199/10775>.
- Kegunaan Keju Mozarella Dan Olahan Keju Mozarella. (2021). Diakses 9 November 2023. <https://www.prochiz.com/id/resep/kegunaan-keju-mozarella-dan-olahan-keju-mozarella/>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Societyissn*: Vol. 2 No. 1. Diakses 9 November 2023.
- Lisa, I. (2022). *Cheesy Dan Lumer, 5 Kreasi Cemilan Dari Keju Bikin Lidah Bergoyang*. Diakses 9 November 2023. <https://www.idntimes.com/food/recipe/izam-lisa-iharodiyah/kreasi-camilan-dari-keju-c1c2-1>.
- Maulid, R. (2022). Kesalahan Teknik Triangulasi dalam Teknik Analisis Data Kualitatif. Diakses 9 November 2023. <https://dqlab.id/kesalahan-teknik-triangulasi-dalam-teknik-analisis-data-kualitatif>.
- Medina, M. I. (2023). Digital Branding: Arti, Manfaat, dan Elemen Penting. Diakses 9 November 2023. <https://glints.com/id/lowongan/digital-branding-adalah/>.
- Meilinaeka. (2023). Pengertian Analisis SWOT dan Fungsinya Bagi Perusahaan. Diakses 9 November 2023. <https://it.telkomuniversity.ac.id/pengertian-analisis-swot-dan-fungsinya-bagi-perusahaan/>.
- Normah. Sihaloho, F. (2022). Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Aplikasi Pendistribusi Alat-alat Kesehatan Pada Perusahaan PT. Rekamileniumindo Selaras Jakarta Barat. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*: Vol. 9 No. 1. Diakses 2 Januari 2024.

- Nugraheni, A. M., Hidayat, S., Deshinta, S. (2022). Perancangan Buku Ilustrasi Digital Peduli Kucing Di Telkom University. *eProceedings of Art & Design*, Vol. 9 No. 5, (7). Diakses 9 November 2023.
- Oliver, A. (2020). Apa Itu Brand Visibility. Diakses 8 Juni 2023. <https://glints.com/id/lowongan/brand-visibility/>.
- Pamungkas, R. K., Putra, W. H. N., Purnomo, W. (2023). Perancangan *User Interface* Website *e-Commerce* UMKM dengan Metode *Human Centered Design* (Studi Kasus: Veilplease.Hijab). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 7 No. 7 (3366). Diakses 26 Desember 2023.
- Parancika, R. B., Isnaen, F., Albastiah, F. A., Warsono. (2022). Sosialisasi Digital Branding Bagi Pemilik Usaha Kecil Dan Menengah Di Lingkungan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Rempoa Melalui Media Sosial. *Journal Of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 56. Diakses 8 Juni 2023.
- Prabandani, A. D., Tolle, H., Rokhmawati, R. I. (2022). Perancangan *User Experience* Portal Media Interaksi Komunitas Kampus Dengan Pendekatan Social Media Platform. *JTIK: Vol. 9 No. 7*. Diakses 9 November 2023.
- Pramono, R. A., Wirasari, I., Syafikarani, A. (2023). Perancangan Strategi Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM Delchi Patisserie. Vol. X. 3345. Diakses 8 Juni 2023.
- Pranata, M. A., Naufalina, F. E., & Supriadi, O. A. (2020). Perancangan Aplikasi Meditasi Untuk Mengatasi Sters Dan Burnout. *eProceedings of Art & Design: Vol. 7 No. 2*. Diakses 2 Januari 2024. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/12453/12228>
- Promo Tanggal Kembar, Apa Asal Mulanya?. (2023). Diakses 9 November 2023. <https://superyou.co.id/blog/keuangan/tanggal-kembar/>
- Purba, E. S., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indihome Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management: Vol.8, No.5*. Diakses 8 Juni 2023.

- Putra, R. W. (2020). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. (E. Risanto, Penyunt.) Yogyakarta, Indonesia: ANDI. Dipetik April 13. Diakses 9 November 2023.
- Putra, G. M. (2022). Strategi *Digital Marketing* Untuk Membangun *Brand Awareness* Batik di Sanggar Batik Katura Cirebon. Bandung: Universitas Telkom. Diakses 9 November 2023.
- Rachmawati, M., Widago, T. H., Indarto, B. A., & Sudiyono. (2022). *Pemberdayaan Umkm Melalui Pendekatan Media Sosial Di Desa Udanwuh Kabupaten Semarang*. Vol. II (Issue 1). Diakses 8 Juni 2023.
- Rania. (2023). Apa Itu Digital Branding? Pahami Konsep Hingga Strateginya. Diakses 8 Juni 2023. <https://sasanadigital.com/digital-branding/>.
- Remantari, P. E. (2022). Inovasi Rasa Pada Keju Vegetarian. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis: Vol. 1 No. 4*, 1030. Diakses 8 Juni 2023.
- Rita. (2018). BRAND IMAGE. Diakses 8 Juni 2023. <https://Bbs.Binus.Ac.Id/Gbm/2018/03/27/Brand-Image/>.
- Sanjaya, R. (2016). Peran *Brand Credibility* Terhadap Niat Beli Di Bidang Jasa Keuangan (Survei Pada Pt “X” Di Kota Bandung). *Journal of Accounting and Business Studies*, 1(1), 79. Diakses 9 November 2023.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis *Brand Awareness* Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). Diakses 9 November 2023. www.wartakita.id
- Sasongko, D. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Terungkit. Diakses 8 Juni 2023. <https://Www.Djkn.Kemenkeu.Go.Id/Artikel/Baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.Html>.
- Selain Bahan Makanan, Keju Sangat Bermanfaat Untuk Kesehatan. (2022). Diakses 9 November 2023. <https://mediaindonesia.com/humaniora/500683/selain-bahan-makanan-keju-sangat-bermanfaat-untuk-kesehatan>.
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Kanisius. Diakses 8 Juni 2023.

- Sucianti, A. (2023). Perbedaan Akun Instagram Biasa Dengan Akun Instagram Bisnis. Diakses 9 November 2023. <https://whello.id/tips-digital-marketing/perbedaan-akun-instagram-biasa-dengan-akun-instagram-bisnis/>.
- Sukarno, K. P., Simanjuntak, S. H. P., Ahmad, F., & Masnita, Y. (2022). Apakah *Brand Credibility* Penting Bagi Brand Image Anda? 22. Diakses 8 Juni 2023. <https://doi.org/10.25105/mrbm.v21i1.13637>.
- Sumeke, A., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Segmentasi Demografi Dan Psikografi Pada Toko Raps Id. *Jurnal EMBA: Vol. 10 NO. 1*. Diakses 9 November 2023. <file:///C:/Users/ansfr/Downloads/Sumeke%202022.pdf>.
- Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romzi, M. R., & Aryani, R. (2020). Membangun Website Toko *Online* Pempek Nthree Menggunakan Php Dan Mysql. 36. Diakses 8 Juni 2023.
- Swasty, W. (2020). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. 90-91. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. Diakses 8 Juni 2023.
- Syahrazad, I. F. (2019). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom). Universitas Telkom. Diakses 8 Juni 2023.
- Widyasari, I. S., & Yustiawan, T. (2020). Manajemen Peralatan Kesehatan Klinik Medical Center PTN di Jawa Timur. *Jph Recode*, 95. Diakses 2 Januari 2024. <http://e-journal.unair.ac.id/JPHRECODE>
- Yuliyana, T., Arthana, I. K. R., Agustini, K. (2019). *Usability Testing* Pada Aplikasi Potwis. *Jurnal Sains dan Teknologi: Vol. 8 No. 1*. Diakses 28 Januari 2024.
- Yunus, U. (2020). *Digital Branding Teori Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 9. Diakses 2 Januari 2024.
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. 62. Diakses 8 Juni 2023. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>.
- Zia, N. G. (2022). Strategi Pengembangan Produk Inovatif Dengan Metode Scamper. Diakses 9 November 2023. <https://www.ekipa.co.id/strategi-pengembangan-produk-inovatif-dengan-metode-scamper/>