

DAFTAR PUSTAKA

- Adellia, N., & Prasetyo, A.f (2016). Customer perception mapping analysis of Indonesian e-commerce marketplace sites based on attributes usability, site design, information quality, trust, and empathy (Case study of Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Qoo10, and Rakuten). *Proceedings of 2016 4th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2016*, 1–2. <https://doi.org/10.1109/CITSM.2016.7577580>
- Ahdiat, A. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. *Katadata*, 2023.
- Alfatiha, R. A., & 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>
- Alkahfi, M. A., Ayuni, P., Rorizki, F., Batubara, M., & Silalahi, P. R. (2022). S Strategi Promosi Digital Online Shop Aisar.Scarf dalam Meningkatkan Penjualan Produk Hijab. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(3), 567–583. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.930>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., & Farhani, F. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking, Agustus*, 5. <http://www.marketters.com>
- Ambarita, R. P., & Vanel, Z. (2022). Analysis Promotion Mix Strategies of Andjani Indonesia Semarang to Increase Sales in The Pandemic. *Enrichment: Journal of ...*, 12(2), 1936–1946.
- Angel Viridianasari, N. M. (2021). Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.81>
- 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. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Ariska, D., & Nurlela, S. (2022). Analisis Dan Perancangan UI/UX Aplikasi Lazada Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal Infortech*, 4(2), 86–91.
- Audina, N. (2023). *Affinity Diagram : Definisi , Kegunaan , dan*. 1–6.
- Aziz, H., Pujiyanto, T., & Putri, S. (2021). Penentuan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Design Thinking pada CV. Asri Rahayu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 974–984. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.2>

- Benjamin, D., & Yonchev, V. (2018). *How-Now-Wow Prioritization (Matrix) Why Do How-Now-Wow Prioritization (Matrix)?* 8–10.
- Bestari, K. P., Arif, M., & Irham, M. (2023). *Pengaruh Promosi Shopee Affiliate, Promosi Bellow The Line, Dan Positive Emotion Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Di UINSU)*. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 856–870.
- Bisri, B., Fitra, S., Widyastuti, T., & Aria, R. R. (2024). *Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia*. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 6052–6054.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4904>
- Cuinas, I. & Iglesias, M. J. F. (2023). *Design Thinking for Engineering Education*. In *Journal of the Japan Society for Precision Engineering* (Vol. 85, Issue 7).
<https://doi.org/10.2493/jjspe.85.636>
- 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.
- Erwin, Elia, A., Arifai, I., Made, P.A., Fadliyani, N., Rina, S., Maria, A. L. A., Zunan, S., Devit, S., & Musran, M. (2023). *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0* - Google Books. In PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Estaswara, H., Yuliasitini, E., & Kurniasari, C. W. (2023). *Merek Sebagai Pesan Utama Integrated Marketing Communication (IMC) di Jurnal Indonesia Tahun 2020*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 43.
<https://doi.org/10.31315/jik.v21i1.7141>
- Fatmarani, S. (2023). *Gamaleea : Membesarkan Brand Lewat Teknologi Digital*.
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/gamaleea-membesarkan-brand-lewat-teknologi-digital>
- Fellayati. (2024). *Apa Itu Rate Card ? Arti , Contoh Apa itu Rate Card*. 1–8.
<https://blog.rumahweb.com/rate-card-adalah/>
- Fikri, M. H., & Adawiyah, S. E. (2023). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Citra Perusahaan Ortuseight*. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 79–88.
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.508>
- Fitria, S. E., Gunawan, A. A., & Putri, M. K. (2023) *Pengembangan Potensi Kewirausahaan pada Masyarakat di Pedesaan*.
- Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., &

- Gunadi, H. (2023d). Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.37535/104003120231>
- Ghina, A., & Syahnas, N. (2023). Analisis Pendorong Kesuksesan Usaha Mikro Sub-sektor Desain Produk di Masa Pandemi Covid-19. 7(1), 695–718. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2871>
- Gray. (2011). *How-Now-Wow Matrix*. 30–32. <https://gamestorming.com/how-now-wow-matrix/>
- GreatNusa. (2023). Content Planner: Pengertian, Fungsi, dan Cara Menggunakannya. *GreatNusa*, 3–5.
- Haddawi, R. (2024). *Mengenal Perusahaan e-commerce di Indonesia: Daftar dan Perkembangannya*. <https://www.online-pajak.com/seputar-efaktur-ppn/e-commerce-di-indonesia>
- Hardiyanto, N., Indra Gunawan, A., Rafdinal, W., & Afif, N. C. (2021). Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(3), 120–130. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i3.2246>
- Hasan, F. N. (2024). Persaingan Harga Jadi Tantangan Pelaku Industri Fashion. <https://economy.okezone.com/read/2024/02/07/455/2967169/persaingan-harga-jadi-tantangan-pelaku-industri-fashion>
- 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. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i2.326>
- Hatammimi, J., & Husaini, W. (2023). *Developing a Digital Campaign for Waste Sorting Using a Design Thinking Approach*. <http://dx.doi.org/10.1109/ICONDBTM59210.2023.10326927>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*.
- Ismail, M. I., & Ilyas, N. I. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kementerian Targetkan Industri Fesyen Muslim Indonesia Jadi Pemain Global*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23719/Kemenperin-Targetkan-Industri-Fesyen-Muslim-Indonesia-Jadi-Pemain-Global>
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *Marketing Strategy in the Digital Age*.
- Kotler, P., Keller, K.L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Global* edition 16e

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing [Global Edition]* by Philip Kotler Gary Armstrong 17e
- Lavinda. (2022). *9 Strategi Promosi Penjualan yang Efektif di Era Digital*.
<https://www.jurnal.id/blog/5-strategi-promosi-penjualan-yang-efektif-di-era-digital/>.
- Lewrick, M. (2023a). *Design Thinking and Innovation Metrics*.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
<https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIM/article/view/83/40>
- Narita., Astika., Yapto., & Koerniawaty, F. T. (2016). *The Evaluation Of Promotion Strategy Of Museum Bali*.
- Nelson. (2022). *Marketing mix Trending Questions (3)*. 2022–2024.
<https://typeset.io/papers/marketing-mix-38q3dkqx>
- Noh, S. C., & Karim, A. M. A. (2021). *Design thinking mindset to enhance education 4.0 competitiveness in Malaysia*. *International Journal of noh Evaluation and Research in Education*, 10(2), 494–501.
<https://doi.org/10.11591/ijere.v10i2.20988>
- Nugraha, R. P., & Yusiatie. (2022). Promotion Strategy Of Coffee Shop Through Instagram Social Media *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)* <http://dx.doi.org/10.52155/ijpsat.v36.1.4883>
- Oktavian, R., Aminuddin, L. H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 333–346.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.1031>
- Pasla, B. N. (2023). *Apa itu Integrated Marketing Comunication?*
<https://pasla.jambiprov.go.id/apa-itu-integrated-marketing-comunication-pengertian-dan-strategi/>
- Paputungan, W. P., Hatammimi, J., & Gunawan, A. A. (2023). *Application of the design thinking method to determining marketing Strategy in Teepees Collections*.
<https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/download/2515/2291/8590>
- PP Nomor 7. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 086507, 2.
- 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. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 7(1), 73–86.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Raihan. (2017). *Metode Penelitian* (Vol. 59, Issue April).
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 219. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1549>
- Sakti, D. P. B., Mulyono, E. H. & Brigita, D. S. (2023). Pengaruh Selebgram Endorsement Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Untuk Melakukan Pembelian Produk Emina Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2674>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Santika, E. F. (2024). ECDB: Proyeksi Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024 (ECDB: Indonesia's e-Commerce Growth Projection is Highest in the World in 2024). *Katadata*, 2024, 1–10. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>
- Santoso, M. B., Zainuddin, M., & Asiah, D. H. S. (2021). Eksistensi Bisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Kognitif Sosial. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 136. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33380>
- Saphira, K. D., Nurusholih, S., & Barlian, Y. A. (2022). *Perancangan Strategi Promosi Produk Fesyen Strategy Design Promotion of Setunggal Fashion Product in*. 8(5), 3619–3642.
- 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>
- Shaid, N. J. (2022). *Pengertian Strategi Pemasaran dan Contoh*. 1–6. <https://money.kompas.com/read/2022/08/05/223655626/pengertian-strategi-pemasaran-dan-contoh-contohnya?page=all>
- Sofiati, N. A., Sudaryo, Y., Astuty, T. T., & Sukandi, A. (2022). *Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Citra Perbankan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variable Intervening (Suatu Survey Pada PT*.

- Bank Mandiri (Persero), Tbk*. 24(1), 98.
<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.23594>
- Sudiana, K., Rohmah, A., Nugraha, S. M., Clarissa, K., Winata, C. A., & Risanti, S. N. A (2021a). *Playbook of Design Thinking*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- 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*.
- Surya. (2022). *Apa itu Pemasaran Grosir : Segala Hal yang Perlu Anda Ketahui*. 1–13. <https://www.growmax.io/blog/wholesale-marketing>
- Tsana, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transaksi Belanja Online Via Platform Marketplace (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2).
- Ulya, F. N., & Djumena, E. (2021). *Nantikan Hitung Cepat Riset : Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline Mengerikan Serangan*. <https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>
- Ummah, L. D. (2018). Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika*, 12(2), 10–17. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>
- Wakidah, A. (2022). Prospek Bisnis Fashion Muslim di Era E Commerce Hingga Tahun 2025. <https://nbrscorp.co.id/news/prospek-bisnis-fashion-muslim-di-era-e-commerce-hingga-tahun-2025>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*.
- Yolanda. & Wijanarko, D. H. (2020). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Universitas Borobudur*. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/656>
- Yulius, R., Nasrullah, M. F. A., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya. *Eureka Media Aksara*, 1–74.
- Yuniar, N. (2021). Jatuh bangun pebisnis hijab , pernah dipecat kini omzet miliaran. 1–6. <https://www.antaranews.com/berita/2066318/jatuh-bangun-pebisnis-hijab-pernah-dipecat-kini-omzet-miliaran>
- Yurindera, N. (2023). Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales

Promotion dan Influencer Credibility. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(1), 85–89.
<https://doi.org/10.55886/infokom.v7i1.613>

Zabashtanskyi., M. (2022). Application of Promotion Marketing By Enterprises in Digitalization Conditions. *Scientific Bulletin of Polissia*, 2(2(25)), 222–239.
[https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2\(25\)-222-239](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2(25)-222-239)

Zaky, A., Kamil, A. I., Aini, A. D. N., Pradana, A. N., Dahlan, D., Herfian, D., Anshari, H., Sari, L. R. E., Hutagalung, M., Sobirin, R., Primanda, S., Sunarso., Nugraha, W. E., Munandar, W., Taufik, Y., Zumara, Y. F., Nasser, Z., Mashita, A., Anugrah, B., Riana, N., Aminuddin, N., & Masyita, D. (2020). *Bersinergi Membangun ekonomi & Keuangan Syariah Laporan Ekonomi & Keuangan Syariah 2020*.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/LEKSI_2020_31032021.pdf

Zefriyenni, Eliza, Azka, & Lusiana. (2022). Pengembangan Umkm Berbasis Digital Pada Umkm Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 559.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.41446>