

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief, M. (2024). Penerapan Design Thinking Dalam Perancangan Uiux Pada Jualkeun (Aplikasi E-Commerce Barang Second). *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 11(2), 259–270. <https://doi.org/10.30656/prosisko.v11i2.8715>
- Adhitya, T., & Nawawi, R. (2018). Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah. *Dekonstruksi Akuntansi: Peran Akuntansi Dalam Membangun Peradaban (Kritik Terhadap Akuntansi Tradisional)*, 2(2), 291–236.
- 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>
- Antczak, B. O. (2024). The influence of digital marketing and social media marketing on consumer buying behavior. *Journal of Modern Science*, 56(2), 310–335. <https://doi.org/10.13166/jms/189429>
- Fatyandri, N. A., Susanto, S., Angeline, F., Richelle Chan, K., Go, M., & Surya, P. (2023). Analisa Kompetitor hingga Dinamika Kompetitif pada Bisnis Kafe Catarina. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 220–229.
- Febriani, N. (2020). User Interface Dan User Experience Webqual 4.0 Rollover-Reaction.Com Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 6(2), 195–207. <https://doi.org/10.36002/jutik.v6i2.1021>
- Gan, M. (2023). The Influence and Significance of Contemporary Art Thought on Modernist Design. *Highlights in Art and Design*, 3(1), 8–11. <https://doi.org/10.54097/hiaad.v3i1.9158>
- Gulfray, M. B., Sufyan, M., Mustak, M., Salminen, J., & Srivastava, D. K. (2022). Understanding the impact of online customers' shopping experience on online impulsive buying: A study on two leading E-commerce platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68(April), 103000. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103000>
- Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 8(1), 111–117. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730>
- Hurfandi, H., Yuliadi, Y., Zaen, M. T. A., Hamdani, F., & Safira, A. M. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan UI dan UX. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1), 337–344. <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1716>
- Huda, B., Manongga, D., Sedyono, E., Yulianto, S., Fauzi, A., Hananto, A. L., Tukino, & Tarmuji. (2023). Implementation of UI/UX the Design Thinking Approach Method in Inventory Information System. *E3S Web of Conferences*, 448. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344802005>
- Hutabarat, R. S., & Sudaryana, K. (2024). *User-Centered Design pada User Interface (UI) / User Experience (UX) Prototyping Aplikasi E-Commerce*.
- JiaYing, L., & Abdul Lasi, M. (2024). Branding In Digital Transformation: Optimizing Multichannel Marketing Strategies With Big Data And Consumer

- Behavioral Analytics. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(5), 1–10. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i6.3412>
- Jin, B. E., & Shin, D. C. (2021). The power of 4th industrial revolution in the fashion industry: what, why, and how has the industry changed? *Fashion and Textiles*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00259-4>
- Luis, P. C. U., Mandey, S., & Jorie, R. J. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada Pt. Astragraphia Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(2), 2581–2590.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Puspitasari, F. (2024). Perancangan Desain Ui/Ux Tempo Store Berbasis Website E-Commerce Dengan Metode Design Thinking. *Creativa Scientia*, 44–64.
- Putri, M. K., Rahman, J. S. F. M., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. (2019). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 156–161. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>
- Salsabillah, W., Hafizzallutfi, Uut Tarissyaa, Nur Azizah, Thia Fathona, & Muhammad Raihan. (2023). the Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (Msmes) in Supporting the Indonesian Economy. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Sciences (IJoMS)*, 2(2), 255–263. <https://doi.org/10.59066/ijoms.v2i2.339>
- Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability (Switzerland)*, 16(19), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Simon, H. A. (1970). The Sciences of the Artificial. In *Technology and Culture* (Vol. 11, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/3102825>
- Sulistiyono, M. R., Setiawan, A., & Nuryanto, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking untuk Perancangan UI/UX Sistem E-Marketplace Berbasis Website. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1364–1376. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3534>
- Sunarsi, D. (2023). *Strategi pemasaran berbasis digital*. 3(2), 2.
- Thapliyal, D., Verma, S., Sen, P., Kumar, R., & Thakur, A. (2023). Natural Fibers Composites : Origin , Importance , Consumption. *Journal of Composites Science*, 7(506), 1–44.
- Tong, L., & Huang, J. (2022). The Influence of Contemporary Art Trend on Modernist Design. *BCP Social Sciences & Humanities*, 15(1), 237–240. <https://doi.org/10.54691/bcpssh.v15i.429>
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2>

DAFTAR ISTILAH

A

Analisis SWOT = Metode untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi atau proyek.

Antarmuka = Bagian dari sistem atau perangkat yang menjadi penghubung interaksi antara pengguna dan teknologi.

B

Brand = Identitas unik yang membedakan produk atau layanan dari kompetitor.

Brand Image = Persepsi yang terbentuk di benak konsumen terhadap merek, mencakup aspek emosional dan rasional.

Brief = Dokumen ringkas berisi informasi inti yang menjadi panduan perancangan.

C

Color Palette = Kumpulan warna utama yang digunakan dalam identitas visual suatu merek atau desain.

D

Design Thinking = Pendekatan kreatif yang berfokus pada kebutuhan pengguna melalui tahapan sistematis.

Desain Grafis = Proses menciptakan komunikasi visual dengan menggunakan elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan warna.

E

E-commerce = Proses jual beli barang atau jasa melalui media elektronik, khususnya internet.

F

Funnara = UMKM fashion keluarga di Karanganyar yang menjadi objek penelitian.

I

Identitas Visual = Ciri khas visual yang mewakili merek, meliputi logo, warna, dan tipografi.

Ilustrasi = Gambar atau visual pendukung yang digunakan untuk memperjelas atau memperindah desain.

Interface = Rancangan tampilan yang memfasilitasi interaksi pengguna dengan perangkat atau sistem.

L

Layout = Susunan atau penempatan elemen visual dalam suatu desain.

Logo = Simbol atau tanda grafis yang merepresentasikan identitas merek.

M

Marketplace = Platform daring yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk bertransaksi.

Media Promosi = Saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada target audiens.

Mockup = Representasi visual yang menyerupai bentuk akhir desain sebelum diproduksi.

N

Navigasi = Mekanisme untuk memandu pengguna berpindah antarbagian dalam situs atau aplikasi.

P

Palet Warna = Sekumpulan warna yang dipilih untuk membangun kesan visual tertentu pada desain.

Prototype = Model awal suatu produk untuk menguji fungsi atau konsep.

R

Rebranding = Proses memperbarui identitas merek untuk memperkuat atau mengubah citra di pasar.

Responsive Design = Teknik desain yang membuat tampilan situs atau aplikasi menyesuaikan berbagai ukuran layar.

S

Site Map = Peta struktur halaman situs yang menunjukkan hubungan antarhalaman.

Strategi Branding = Rencana terstruktur untuk membangun, mengelola, dan memperkuat citra merek.

T

Target Audience = Kelompok sasaran utama yang dituju oleh produk, layanan, atau kampanye.

Tipografi = Seni dan teknik mengatur huruf agar dapat dibaca dengan nyaman dan menarik secara visual.

U

UI (User Interface) = Bagian dari sistem yang menjadi perantara interaksi antara pengguna dan perangkat.

UX (User Experience) = Pengalaman keseluruhan yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan.

W

Wireframe = Kerangka visual sederhana yang menunjukkan struktur dasar halaman atau aplikasi sebelum tahap desain akhir.

