

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A.J. and Murdiani, T. (2024) ‘Pengaruh social media marketing dan user generated content Instagram terhadap keputusan penggunaan jasa make up pada @eva_twinny’, Skripsi thesis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Available at: <http://repo.darmajaya.ac.id/15445/> (Diakses pada tanggal 2 Februari 2025).
- As’ad H, Anas Y, A. R., & Alhadid. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan. Science Private University, 3.
- Damanik, E.O.P., Kemala, Z. and Sipayung, T. (2023) ‘PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK PADA LIVE STREAMING APLIKASI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA EKONOMI UNIVERSITAS SIMALUNGUN’, 5(2).
- Deacon, Pamala B. (2020). UX and UI Strategy: A Step by Step Guide on UX and UI Design. United States of America: Independently published (Apple Books).
- Dedi, P.S., Rahmi., & Shandy, A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Dharmawan, A., & Sitorus, A. F. (2019). Studi Komparatif User Experience Desain Antar Muka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Elemen Desain Studi Kasus Aplikasi Grab Dan Gojek. Jurnal Sistem Informasi, 1(2), 15–24.
- Ermini et al. (2023) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger’, Jurnal Media Wahana Ekonomika, 20(1), pp. 36–51. Available at: <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>.
- Fadeli, M., Fitriawardhani, T. and Oktavianto, M.A. (2023) ‘Proses penataan pesan digital content pada akun sosial media (Facebook & Instagram) Klinik Kecantikan Lalita Sidoarjo dalam menjangkau konsumen di usia 25–40 tahun’, *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 10(1), pp. 60-73.
- Hisam, S. (2018). Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat— Kelebihan— Kekurangan). <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- ISO 9241-210, 2019. Ergonomics of humansystem interaction — Part 210: Human centred design for interactive systems. s.l.:s.n
- Legasari, V.E. (2013) ‘PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KREATIVITAS IKLAN DAN KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DAN SIKAP KONSUMEN PADA SABUN PEMUTIH WAJAH MEREK OIL OF OLAY DI KOTA PEKANBARU’, 21.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). Jurnal Ekonomika ’45, 5(1). 38-54.
- M. Fadeli, Tira Fitriawardhani, and Muhammad Aris Oktavianto (2023) ‘PROSES PENATAAN PESAN DIGITAL CONTENT PADA AKUN SOSIAL MEDIA (FACEBOOK & INSTAGRAM) KLINIK KECANTIKAN LALITA SIDOARJO DALAM MENJANGKAU KONSUMEN DI USIA 25 – 40 TAHUN’, Jurnal Administrasi Publuk dan Ilmu Komunikasi, 10(1), pp. 60–73. Available at:

- <https://doi.org/10.55499/intelektual.v10i1.1039>.
- Murdiani, T., Asnusa, S. and Ramaputra, M.G. (2022) 'Pemanfaatan Media Sosial Pilihan UMKM untuk Mendukung Upaya Digital Marketing'.
- Muzdalifah, L. and Ilmiah, H. (2020) 'PENGARUH TESTIMONI DAN DAYA TARIK INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: (STUDI PADA LSINTA MUSLIM WEDDING)', GREENOMIKA, 2(2), pp. 105–113. Available at: <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2020.02.2.3>.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), 8, 741.
- Norman, D. & Nielsen, J., 2006. The Definition of User Experience (UX). [Online] Available at: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Nursatyo & Dini, R. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.Com. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 46. <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.430>
- Putri and Gunawan (2021) 'Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19', Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 19(1).
- Putri, P.M. dan Marlien, R.A. (2022). 'Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online', Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 5(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Radio Republik Indonesia. 2024. Ini data statistik penggunaan media sosial masyarakat Indonesia tahun 2024. *RRI.co.id*. [Online] 21 Februari 2024. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024> [Diakses 2 Februari 2025].
- Rahman, R.A.I., Dewi, R.K. and Az-Zahra, H.M. (no date) 'Perancangan User Experience Aplikasi Pembelajaran Digital Marketing Youtube untuk UMKM menggunakan Metode Human-Centered Design'.
- Sirait, F.N., Hanifati, G. and Ali, F. (2022) 'Analisis User Experience terhadap User Interface Website dengan Design Thinking (Studi Kasus: Asuransi Online Superyou.co.id)', 6(02). (Diakses pada oktober 2024).
- Usbay, J.A. and Admi, R. (2022) 'Pengaruh Social Media (Instagram) Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi', 15.