

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggarini, A. (2019). *Eksplorasi Teks dan Gambar*. Jakarta: PNJ Press
- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Penerbit Rajagrafindo Persada.
- Brown, T. (2008). *Harvard Business Review: Design thinking*. Massachusetts: Harvard Business Publishing.
- Hennink, M. M. (2013). *Focus group discussions*. Oxford: Oxford University Press.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran, Trans). Jakarta: Erlangga. (Karya asli diterbitkan 2005).
- Rusdiana, A. (2014). *Manajemen operasi*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Sisca, Sugangga, R., Simanjuntak, M., Dwianto, S. B., Ardani, W., Wardhana, A., (...), & Setyawati, A (2022). *E-business markets and models*. Media Sains Indonesia

Jurnal

- Azizah, N. F., & Dumadi, Kharisma, A. S. (2022). Pentingnya perencanaan keuangan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Desa Tiwulandu, Brebes. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 1(3), 53-59. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v1i3.24>
- Ihsania, S., Wikanengsih, W., & Ismayani, M. (2020). Pengaruh cerita fiksi terhadap budaya literasi di kalangan mahasiswa. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 81-90.
- Ismail, I. (2023). Mengenal tujuan dan manfaat BEP (Break Even Point) untuk pebisnis. Diakses pada 24 Maret 2025, dari <https://accurate.id/marketingmanajemen/manfaat-bep/>
- Ismayani, R. M. (2017). Kreativitas dalam pembelajaran literasi teks sastra. *Semantik*, 2(2), 67–86, doi <https://doi.org/10.22460/semantik.v2i2.p67-86>
- Kelley, T. (1999). Designing for business, consulting for innovation. *Design Management Journal (Former Series)*, 10(3), 30-34, doi <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.1999.tb00263.x>
- Lathif, A. M., Basri, N. A. F., Bimo, M. P. W. A., Arrazy, F. Y., Maysalluna, D. A., Ronsumbre, R. M., (...)& Wibowo, A. (2025). Upaya meningkatkan minat baca

dan kreativitas anak melalui program membaca buku dan menulis cerita di desa sendangagung Wonogiri. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(2), 4261-4266. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2667>

- Liu, C. Z., Au, Y. A., & Choi, H. S. (2014). Effects of freemium strategy in the mobile app market: an empirical study of google play. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 326–354, doi <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.995564>
- Marhawati, I. H., Mahmud, R., Nurdiana, S. P., Sri Astuty, Setyawan, D. A., Prasaja, Fahrudin, N., (...) & Rahmatina, S. (2022). *Statistika Terapan*. Jawa Tengah: Penerbit Tahta Media Group.
- Mustika, I., & Lestari, R. (2017). Hubungan minat baca dan kebiasaan membaca karya sastra terhadap kemampuan menulis puisi. *Semantik* 5 (2), 15-31, doi <https://doi.org/10.22460/semantik.v5i2.p%25p>
- Nabila, H. (2023). *Perancangan perpustakaan umum dengan pendekatan bangunan gedung hijau di Kota Tangerang*. (Disertasi) Institut Teknologi Indonesia, Tangerang.
- Pratama, A. Y., & Riofita, H. (2025). Pentingnya storytelling dalam strategi content marketing. *Student Scientific Creativity Journal*, 3(1), 189-197, doi <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v3i1.4980>
- Rachman, R., Hamid, M. A., Wijaya, B. K., Wibowo, S. E., & Intan, D. N. (2024). Brand storytelling in the digital age: challenges and opportunities in online marketing. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 355-364, doi [10.54209/ekonomi.v13i01](https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01)
- Raharja, A. P., Ahmad, A., Aprilia, J., Syadiah, F. D., & Fauzi, F. I. (2025). Dampak era digital terhadap keterampilan membaca generasi z. *Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif*, 6(1), 107-111, <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jlpi/article/view/8755/9864>
- Rieswansyah, A. F. P., Sukaesih, E. N. R., & Saeful, A. (2021). Tantangan dan inovasi perpustakaan daerah kabupaten subang di masa pandemi covid-19. *Al-Kutab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kesiapan*, 3(0), 1 – 11.
- Rohmansyah, A. M., Syah, T. Y. R., Iskandar, M. D., & Abadi, F. (2023). Proyeksi keuangan franchise centre indonesia dalam pengembangan umkm di indonesia. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2895-2903, doi <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1647>
- Salsabila, T., Nafilah, N., Patangga, F., Zulfa, S., & Listyaningsih, N. (2024). Literature review: efektivitas penggunaan aplikasi duolingo terhadap motivasi belajar bahasa inggris. *Jurnal Empati*, 13(4), 302-312, doi <https://doi.org/10.14710/empati.2024.46691>
- Saputri, I. S. Y., Fadhlil, M., & Surya, I. (2017). Penerapan metode ucd (user centered design) pada ecommerce putri intan shop berbasis web. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 269-278. <https://teknosi.fti.unand.ac.id/index.php/teknosi/article/view/328/122>

Sofiyana, A., & Fahmi, I. (2025). Analisis penerapan model aisas pada media sosial instagram oleh badan penyelenggara jaminan produk halal (bpjph) kementerian agama republik indonesia. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1432-1440, doi <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6.1330>

Tamrin, A. F., & Basri, B. (2020). Respon pembaca wanita terhadap novel di situs wattpad. *Jurnal Bindo Sastra*, 8(1), 8-16, doi <https://doi.org/10.32502/jbs.v4i1.2288>

Website

Agustina, R. (2024, Juli 7). *Tren membaca E-book bagi Gen Z*. Tamiang News. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.tamiang-news.com/2024/07/tren-membaca-e-book-bagi-generasi-z.html>

Babich, N. (2022). Information architecture design: a step-by-step guide. UX Planet. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://uxplanet.org/information-architecture-design-a-step-bystep-guide-41dcd4405ee3>

Isdianti, H. (2024, Desember 3). Churn rate: pengertian, faktor, & strategi menurunkannya. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://www.barantum.com/blog/churn-rate-adalah/>

Kaplan, K. (2023). *User journeys vs. user flows*. Diakses pada 19 Mei 2025, dari <https://www.nngroup.com/articles/user-journeys-vs-user-flows/>

Mengenal consumer persona sebagai strategi targeting pemasaran digital. (2024, Oktober 7). Diakses pada 14 April 2025, dari <https://bisnisdigital.feb.unesa.ac.id/post/mengenal-consumer-persona-sebagai-strategi-targeting-pemasaran-digital>

Universitas Ma Chung (2021). Fungsi dari desain alat kantor (stationary) dan merchandise bagi citra sebuah perusahaan. Diakses pada 24 Mei 2025, dari <https://machung.ac.id/artikelprodi-dkv/fungsi-dari-desain-alat-kantor-stationary-dan-merchandise-bagicitra-sebuah-perusahaan/>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A