

## DAFTAR PUSTAKA

- Rochmawati, I. (2020). Unsur-Unsur Desain. *Unsur-Unsur Desain*, 04.
- Fors, A. C. (2012). The ontology of the subject in digitalization. *Handbook of Research on Technoself: Identity in a Technological Society*, (Heidegger 1977), 45–63. <http://doi.org/10.4018/978-1-4666-2211-1.ch003>
- Galitz, W. O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design*. Wiley-Blackwell.
- J. Nielsen, “Why You Only Need to Test with 5 Users,” 2018.  
<https://www.nngroup.com/articles/whyyou-only-need-to-test-with-5-users>
- Alfirahmi. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 32.
- Amri, A. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL BRAND*, 2.
- Bhakti, F. K., Ahmad, I., & Adrian, Q. J. (2022). PERANCANGAN USER EXPERIENCE APLIKASI PESAN ANTAR DALAM KOTA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 48.
- Cakranegara, P. A. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 4-5.
- Himawan, H., & Yanu, M. F. (2020). *Interface User Experience*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Putri, S. T., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 9-10.
- Saqib, N. (2021). Positioning - a literature review. *PSU Research Review*, 141-169.
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. In J. Sarwono, & H. Lubis, *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual* (pp. 18-19). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sholihat, A. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN. *JOM FISIP*, 5.

Burrow, Sharan & Byhovskaya, A. (2016). Assessing The Social Dimension of The Digital Economy. In *Transformations in Technology, Transformations in Work* (pp. 183–204). JustJob Network Inc.

Kaporoh, I. V. (2019). Pengaruh bauran komunikasi pemasaran spotify premium terhadap minat beli konsumen [Skripsi, Universitas Katolik Atma Jaya]