

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf,Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, dkk..*Digital Marketing:Konsep dan Strategi*.(Penerbit Insania:Kesambi)
- Abdul Rouf,S.O Manuulang,Tri Endi A.P.S,dkk.2021.*Digital Marketing:Konsep dan Strategi*. (Cirebon:Penerbit Insana).
- Amaliyah.*Digital Marketing(Tinjauan Konseptual)*.(Sumatera Barat:PT. Global Eksekutif Teknologi)
- Ana Nurhasanah, Sarah Claudia Presasana Day dan Sabri.*Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Penjualan Secara Digital Secara Live Di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan*. Jurnal Sains Sosial dan Humaniora.Vol.7 No.2. 2023. Dalam <https://jurnalnasional.ump.ac.id>
- Ariati Dewi,Lisbet Mananeke and Jane Grace Poluan.*Analisis Strategi Promosi Online Dalam Meminimalisir Biaya Penjualan Pada Brand Nobby Classy Muslim Outfit Di Manado Town Square Sulawesi Utara*.Jurnal EMBA:Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.9 No.2 April 2021, Hal. 44-49. Dalam <http://ejournal.unsrat.ac.id/> . diakses pada 05 Maret 2024
- Assauri, S.2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. (Jakarta: Penerbit Rajagrafindo Persada)
- Assauri, Sofjan.2007. *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Raja Grafindo)
- Ayesha ,Ivone.2022.*Digital Marketing(Tinjauan Konseptual)*.(Sumatra Barat:PT. Global Ekksekutif Teknologi).

Bambang Supradono, A. N. H. 2011. *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*. Value Added, 7(2), pp. 33–45. Available at: <http://jurnal.unimus.ac.id>.

BPS. 2023. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. dalam <https://www.bps.go.id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>, diakses pada 11 september 2023

Budieli Hulu, Yohanes Dakhi , Erasma F. Zalogo. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol. 6 No.2 2021, dalam <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/pareto/article/download/304/247>

Chriswardana Bayu Dewa dan Lina Ayu Safitri. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)*. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* Volume 12 Nomor 1, 2021, dalam <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/khasanah/article/view/10132>

Dewi, Erlita Khristina, Nurul Salehawati dan Eko Susanto. 2023. *Manajemen Pemasaran Produk*. Yogyakarta: Sulur Pustaka.

Fatimah Nur Arifah. *Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online*, *STMIK Bina Patria Magelang*. *Jurnal*

TRANSFORMASI, Vol. 11, No. 2, 2015. Dalam <https://ejournal.stmikbinapatria.ac.id/index.php/JT/article/view/57/32>, diakses 1 Oktober 2023

Fitrah, Muh. dan Luthfiyah.2017.*Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif,Tindakan Kelas Study Kasus*.(Suka Bumi:CV Jejak)

Fitri Handayani, Juliana Kadang, dan Ihksan Syarifudin, “Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko,” *Empiricism Journal*: Vol. 4, No1, June.2023, dalam <https://journal-center.litpam.com/index.php/empiricism>

Fitriatun, E.2019. Brown, D., e Hayes, N. (2015). *Influencer marketing: who really influences your customers?* *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).

Gunawan aji dkk., “Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store (Digital Marketing Analysis of Tiktok Live as a Strategy to Market Anjab Store MSME products)” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)*,(Vol 2, No 1, 2022, 13-24)

H. T. S. Harita and O. M. Siregar, “Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Medan),” *J. Ekon. Kreat. dan Manaj. Bisnis Digit.*, vol. 1, no. 2, pp. 171–184, 2022, doi: 10.55047/jekombital.v1i2.309

- Hana Yulia dan Darmo H. Suwiryo. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Kimia Farma Tbk.* Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT), 2020 Vol. 1, No. 2, <https://doi.org/10.37150/jimat.v1i2.981>, diakses 20 Februari 2024
- Hanny,Rissa,Arman Syah, and Dina Novita. *Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok.*Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan Vol 7, No 1 (2020) ; p.56-68; <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- HW,Marissa Grace dkk.2021.*Strategi Pemasaran(Konsep, Teori dan Implementasi).*(Tangerang Selatan:Pascal Book)
- Ilham Hilal Ramadhan, Ryan Priatma,Az-Zuhaida,Awanis Akalili, Febriansyah Kulau, Analisis Teknik Digital Marketingpada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial),Socia: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Vol.18, No. 1, Juni 2021(49-60),dalam <https://journal.uny.ac.id/index.php/sosia/article/view/40467/pdf>
- Ita Rahmawati dkk., “Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce “Shopee””, Jurnal Riset Entrepreneurship (Vol. 6 No. (2) 2023, 80-93). Dalam <https://erepository.uwks.ac.id/17544/11/ARTIKEL.pdf>
- Jentayu dan Sori Monang. Analisis Komunikasi Influencer Marketing Dalam Penggunaan Fitur Live Pada Aplikasi Tiktok. Jurnal

- Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi. Vol 4 No 3, September (2023). Dalam www.journal.amikindonesia.ac.id/jimik/ Katadata Media Network.2022.*Pengguna TikTok Mayoritas Berusia Muda, IniRinciannya*.dalam<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya> , diakses 20 Februari 2024
- KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*, dalam <https://kbbi.web.id/strategi> diakses 1 Oktober 2023
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12*, Jilid 1(Erlangga, Jakarta)
- Lexy J. Moleog.2014.*Metodelogi Penelitian Kualitai*.(Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Margono.1997.*Metodologi Penelitian Pendidikan*(Jakarta: Rineka Cipta)
- Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, Pengantar Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Deepublish, 2020). Hal:22-23
- Moleong J. Lexy.2012.*Metodelogi Penelitian Kualitaif*.(Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Muhamad Syafii dan Nugroho Eko Budianto. Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning),Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak,Vol. 4, No. 1, Maret 2022, Hal. 66-71. Dalam <http://dx.doi.org/10.36499 /jinrpl.v4i1.5950>

- Mulyadi. 2002. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya, edisi kelima*. (UPP STIM YKPN: Yogyakarta).
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Nia Frizawati, Pradinta Trisakti, Jessica Romauli dan Fitri Ayu Novirda. Analisis Pemanfaatan Tiktok dalam Meningkatkan Pendapatan Perekonomian UMKM di Pekanbaru. Jurnal Tambusai. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. Volume 7 Nomor 3 Tahun 2023. Dalam <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11962>
- Nurhalimah, Sitti .2019. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*(Sleman: Deepublish).
- Priyo Suswanto dkk., “Strategi komunikasi Pemasaran shopee Dalam Membangun positioning Ditengah pandemi Covid-19 Di Indonesia”, Jrnal Ilmu Komunikasi volume 3, NO.2, 2020, dalam <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2754/1339>, diakses pada 1 Oktober 2023
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.
- Rahmadi. 2011. *Pengantar metodologi penelitian*. (Kalimantan Selatan: Antasari Press).

Rana Dewi Erfiati dkk., “Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate”, Journal Of Social Science Research Vol.3 No.r 4 Tahun 2023, dalam <https://jinnovative.org/index.php/Innovative>, diakses 28 September 2023

Rustami,P.,Kirya, I.K., & Cipta,W.2014. *Pengaruh Biaya promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis*. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, 2(1), 1-9 dalam <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/4305>

Salsabila, Febriananda dan Shoimatul Fitria. Analisis Perkembangan Bisnis Skincare Dengan Menggunakan Live Streaming Tiktok Sebagai Media Promosi (Studi Pada Brand Skincare Lokal Alldays)”. Diponegoro Journal Of Management. Volume 12, Nomor 4, Tahun 2023, Halaman 10. Dalam <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Sandi Marga Pratama Dan Muchlis, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2 (Agustus 2020),110.

Sartika Azhari and Irfan Ardiansah, “Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez)”, Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol.10,

No.2,2022, dalam <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/justin/article/view/45284/75676591917>, diakses 26 September 2023

Satriadi, Manawir, Eka Handrayani, Leonita Siwianti, Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran*. (DI Yogyakarta: Samudra Biru)

Satrio Sudarso. Analisis Implementasi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Abg Sidoarjo. JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship, Vol. 5 (1) 2022, hal: 7-16 <http://journal.umg.ac.id/index.php/jre>

Siti Mahrumi, Andi Muh Nur dan Dewi Indra Rini, Analisis Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Avanza Pada PT. Toyota Hadji Kalla Makassar, Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Volume 13 No 1 Tahun 2017. Dalam <https://core.ac.uk/download/pdf/233602093.pdf>

Sofie Primadany Putri. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jurnal Manajemen, Hukum dan Sosial (JMHS) Vol. 1, No. 1, Januari 2023, Hal: 38-45

Suhartini Dk. *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (Lajago Pustaka: Rappang).

Suhartini, Haeril, Lely Afiati, et al. 2023. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. (Rappang: Lajago Pustaka)

Suwitho.2022.*Manajemen Pemasaran Modern 2 (Lanjutan)*.Banyu
Mas:Wawasan Ilmu).

Syafrida Hafni Sahir.2021.*Metodologi Penelitian*.(Penerbit KBM
Indonesia:Jogjakarta)

Thaib,Erwin Jusuf.2021.*Problematika Dakwah Di Media Sosial*.(Sumatra
Barat: Insan Cendekia Mandiri)

Tim Humas. Mengapa TikTok Lebih Disukai daripada Aplikasi Video
Sosial Lainnya?.Universitas AN Nur Lampung. Dalam [https://an-
nur.ac.id/mengapa-tiktok-lebih-disukai-daripada-aplikasi-video-
sosial-lainnya/](https://an-nur.ac.id/mengapa-tiktok-lebih-disukai-daripada-aplikasi-video-sosial-lainnya/)

Tim Psikologiindonesia dan Icampusindonesi.2023.*Rahasia Meraih
Peluang Bisnis Dengan Tiktok Shop Strategi Pemasaran dan
Pengembangan Bisnis yang Efektif*.Yogyakarta:Andi

Tjiptono,Fandy.2007.*Strategi pemasaran, Indeks Kelompok*.
(Gamedia:Jakarta)

Vandayuli Riorini,Sri.2021. *Digital Marketing:Konsep dan Strategi*.
Cirebon:Penerbit Insana.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati.2020.*Digital
Marketing*.(PT. Literindo Berkah Karya)

Yahani,Salema Hardi Digital.2021.*Marketing:Konsep dan Strategi*.
(Cirebon:Penerbit Insana)