

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadir, & M. Ramli. (2024). Media sosial (Definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2715.
- Agus Dedi Subagja Erwin, Adi Masliardi, Scherly Hansopaheluwakan, Safar Dwi Kurniawan, Erlambang Budi Darmanto, & Nani Nurani Muksin. (2023). *Bisnis digital: Strategi dan teknik pemasaran terkini*. Jakarta: PT Green Pustaka Indonesia.
- Ali Fikri Nasution. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: CV Harfa Creative.
- Benny Pasaribu, Ahmad Ridwan, & Rina Kurniawati. (2021). *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*. Banten: Media Edu Pustaka.
- Citra Kurniastuti, Andi Wijaya, Rina Marlina, & Dedi Saputra. (2025). *Manajemen pemasaran digital di era 5.0*. Jakarta: PT Bukuloka Literasi Bangsa.
- Daud Daud. (2023). Fundamental strategi pemasaran: Marketing mix 4P to 4A. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 9(2), 32.
- Dedi Susanto, Ahmad Fauzi, & Nurul Hikmah. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 57–63.
- Dewi Mustika, & Andri Setiawan Hagiarto. (2025). Strategi marketing mix pada TikTok dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus Zolaris Official). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(10A), 199–207.
- Dimas Aji Nurohman. (2021). *Konten kreator: Cara kreatif menghasilkan uang dengan menjadi blogger, YouTuber atau TikToker*. Indonesia 8.
- Dina Sari. (2021). *Manajemen strategis perusahaan (Corporate strategic management)*. SSRN 3977331.
- Dwi Prasetyo Utama. (2023). *Buku putih super TikTok*. Jakarta: Astabook.
- Elia Ardyan Erwin, Arifai Ilyas, Made Putri Ariasih, Fadliyani Nawir, Rina Sovianti, Maria Augustin Lopes Amaral, Zunan Setiawan, Devit Setiono, & Musran Munizu. (2024). *Social media marketing trends*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fandy Chandra. (2021). *Social media marketing: Strategi memaksimalkan media sosial*. Yogyakarta: Diva Press.

- Gunawan Aji, Siti Fatimah, Fatkhul Minan, & Muhammad Aufal Azmi. (2022). Analisis digital marketing TikTok Live sebagai strategi memasarkan produk UMKM Anjab Store. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 2(1).
- Hafidz Dzaki. (2024). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Naurens Store ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah* (Skripsi, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Hana Izzati, Wannajmi, & Arief Zuswana. (2025). Strategi personal branding sebagai keunggulan kompetitif dalam ekosistem pemasaran afiliasi TikTok: Kajian manajemen strategik digital. *Prosiding Diseminasi Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 35.
- Hana Suci Tyasari, & Fitria Dwi Patrikha. (2023). Analisis strategi pemasaran digital dalam upaya peningkatan omset penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 11.
- Heni Dwi Lestari, Dela Verolyna, & Intan Kartika Syaputri. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Cikwit Fashion Curup* (Skripsi, IAIN Curup).
- I Made Darsana, Ni Wayan Rustiarini, I Ketut Sudarsana, & I Gusti Ayu Purnamawati. (2023). *Strategi pemasaran*. Bandung: CV Intelektual Manifes Media.
- Krisna Darmaningrum. (2026). *Digital marketing strategy framework: Dari konsumen digital hingga generative AI*. Cerdas Akademika Nusantara.
- Lona Noviani, & Ratih Intania Nabella. (2024). Optimizing digital marketing through TikTok. *Jurnal Manajemen dan Retail*, 4(1), 17.
- M. Rizal Pahleviannur, Nurul Hasanah, Ahmad Fauzi, & Dedi Kurniawan. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Maya Sandira, Andi Saputra, & Rizki Ramadhan. (2025). *Manajemen pemasaran: Strategi, digital, dan inovasi*. Serasi Media Teknologi.
- Merry Chintia Marta Lase. (2025). Strategi pemasaran digital TikTok Shop dan dampaknya terhadap penjualan UMKM di Nias Selatan. *Digital Business: Tren Bisnis Masa Depan*, 16(3), 123–128.
- Miftahul Himmah, & Eko Kurnia Setiawan. (2025). Implementasi strategi digital marketing melalui TikTok untuk meningkatkan omset penjualan dalam perspektif pemasaran syariah: Studi kasus pada Toko Kosmetik Ifa Beauty Global Kraksaan. *Sibatik Journal*, 4(6), 1001–1016.

- Muhammad Alfisyahr, Budi Santoso, & Arif Rahman. (2021). *Manajemen penjualan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Muhammad Yusuf Balaka. (2021). *Metodologi penelitian teori dan aplikasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Naila Ifadhila, Dedi Saputra, Ahmad Fauzi, & Rina Marlina. (2024). *Pemasaran digital di era society 5.0: Transformasi bisnis di dunia digital*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nany Librianty. (2025). UMKM dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, untuk mempercepat pertumbuhan bisnis. *Jurnal Ekonomi, Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 15.
- Pandu Harisandi. (2025). *Buku ajar media sosial*. Jakarta: PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Hoboken, NJ: Pearson.
- Rahmat Hamdani, Nur Hidayah, & Andika Saputra. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Rifa'i Abubakar. (2023). *Pengantar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Suka-Press.
- Rika Armeta, Suryani, Muhammad Rizki, & Tia Anggraini. (2023). Upaya strategi digital marketing dalam memperluas target pasar sektor UMKM (Studi kasus CV Rempang Printing Batam). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 24.
- Rina Estiana, Agus Riyanto, & Fajar Nugroho. (2022). *Efektivitas media sosial sebagai media promosi pada UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Riyadi Setiadi, Nurul Hidayah, Dedi Rianto Rahadi, & Yusup Hidayat. (2023). *Manajemen strategis: Teori dan implementasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Rizky Setia Pramudita. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu UMKM toko kue di Yogyakarta melalui media sosial Instagram dan TikTok dalam menarik minat beli konsumen: Studi kasus Get Well Sweet Kitchen dan Bunnybite* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Roni Ahmad, Siska Yuliana, Dedi Saputra, & Ahmad Fauzan. (2024). *Buku ajar metode penelitian & penulisan hukum*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rudi Endaryono, Ahmad Taufik, & Nanda Saputra. (2021). Pengaruh biaya pemasaran, omzet penjualan terhadap laba perusahaan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(1), 128.

- S. E. Mujito. (2025). *Strategi pemasaran (Product, price, place and promotion)*. Selat Media.
- Safitri Wulandari, Mun'yah Zahiroh, Lu'lail Maknunah, & Siti Nur Halizah. (2025). Peran konten TikTok dalam mengembangkan branding sebagai media bisnis digital yang berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 72–73.
- Sawunggaling, A. (2025). Pemanfaatan digital marketing pada UMKM. Dalam *Bookchapter Manajemen Pemasaran* (Vol. 1, hlm. 23).
- Siti Eka Putriana. (2025). *Analisis strategi digital marketing melalui TikTok Live dalam meningkatkan penjualan pada Toko Thriftfeeya Desa Ngebrak Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri* (Skripsi, IAIN Kediri).
- Siti Rustiyana, Ahmad Fauzan, & Dedi Kurniawan. (2025). *Digital marketing*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sri Wahyuni, Nur Aisyah, & Ahmad Rizki. (2023). Faktor psikologis dan intensitas penggunaan media sosial sebagai prediktor keputusan pembelian pada live shopping TikTok. *Psyche 165 Journal*, 165.
- Titis Oktavia Sari. (2025). *Implementasi pemanfaatan digital marketing melalui live shopping platform social commerce TikTok pada UMKM Aromaterapi Natureline* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Vera Maria, & Raudohtul Janah. (2024). Analisis peran TikTok Shop dalam mendorong ekonomi UMKM di Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 142.
- Wahono, P., Handaru, A. W., Ilhamalimy, R. R., Sihotang, D. S., Nurranto, H., Abdullah, M. A. F., Hanny, R., Cholifah, F., Juanna, A., Fadillah, Fitriani, Y., Hermansyah, Hubeis, M. A., Haykal, A. P., & Reztrianti, D. (2025). *Strategic marketing: Concepts, theories, and applications for studies in management*. PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Yeni Bela Kusuma Wardani, Nurnawati Hindra Hastuti, & Siswanta. (2024). Strategi komunikasi pemasaran lotion whitening dalam live streaming TikTok. *Development and Business Communications*, 1(2), 77–88.
- Yepri Endika, Roni Salim, Fajar Nugroho, & Ahmad Fauzi. (2025). *Pemasaran media internet: Strategi, teknologi, dan praktik digital*. Jakarta: Yepri Endika.
- Yohanes Saut Tambunan, & Nurlaila Ayu Sinaga. (2021). Pengaruh promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada CV Graha Mineral Arsi Sibolga. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 16.

Zainul Zuhri Noor. (2021). *Buku referensi strategi pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.