

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmana, H., Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, S., & Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, I. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Engagement Konsumen di Era Metaverse*. 3(6), 441–454. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5405>
- Devent, M., & Riofita, H. (2025). Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Fitur TikTok Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Minat Konsumen In *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* (Vol. 4). <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Elwi Nibra, B., Marakali Siregar, O., & Utara Abstrak, S. (n.d.). Pengaruh Persepsi Customer Satisfaction dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Intensitas Minat Menggunakan Layanan Dompot Digital (Shopeepay) Pada Masyarakat di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Februari, 2025(A)*, 96–106.
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Gede, I., Mertayasa, A., & Nugraha, A. R. (2024). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review* (Vol. 08, Number 02).
- Kansa, F. H., & Wiryany, D. (2025). Analisis strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @inabauniversityofficial. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 471–486. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.61259>
- Krisdanu, C. A., & Kiranastari Asoka Sumantri. (2023). TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 7(2), 24–36. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4173>
- Lidia Karunia, M. G. (2025). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pelaku Usaha (UMKM Pempek Minah Tanggo Rajo Cindo Kota Palembang*.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (n.d.). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Monicha, A., Sania, F., & Febriana, P. (2023). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. In *CONVERSE: Journal Communication Science* (Number 1).
- Nur Aisyah, A., Roganda Parlindungan, D., & Pulomas Selatan Kav, J. (2025). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Influencer dalam Meningkatkan Brand Awareness S-Grow. In *Jurnal Bisnis & Komunikasi* (Vol. 12, Number 3).
- Nur Fauziyah, A. (n.d.). *Peran Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Customer Brand Engagement dan Dampaknya Bagi Brand Loyalty di Akun Instagram Starbucks Indonesia*.
- Nur, I., & Maulani, I. (2024). *Live Streaming TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital TMADE Artisan Souvenir*.
- Pratiwi, N. L. S., & Intenilia, A. A. M. (2025). Strategi Konten Media Sosial untuk Meningkatkan Interaksi: Studi Facebook Hotel Masa Inn. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(2), 479–492. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v8i2.6006>

- Rizky, O. :, Isba, O., & Ahmadi, M. A. (2024). PT. Media Akademik Publisher Pengaruh Call To Action dan Kualitas Konten Dalam Live Streaming Terhadap Efektivitas Pembelian Konsumen. *JMA*), 2, 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Saádi Ahmad. (2025). *Pengumpulan Data Yang Efisien pada Penelitian Tindakan Kelas: Teknik, Alat, dan Tantangan*. 2, 90–108.
- Senny Kresna Triaryanti Fransiska, & Muhammad Sahlan. (2025). Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Era Media Sosial (STUDI KASUS PT INDIGA NUSA DIGITAMA). *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3), 564–581. <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1343>
- Sirait, I. M., & Rivanti, T. A. (n.d.). *Analisis Strategi Komunikasi Live Streaming Shopping pada Tokopedia Play the Goods Dept.*
- Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Wayan Aditya Tariana, I., Etik Setiawati, L., Made Rianita, N., Pendidikan Nasional, U., & Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, S. (2023). Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Pada Percetakan Mandala Digital Printing. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 16(1).
- Yuliana, & Mulfi, S. (2025). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Pada Pelaku UMKM Pengrajin Gula Aren di Desa Halong Kecamatan Haruai)*. 2(4), 77–85. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5294>