

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, C. O. (2022). *Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1477-1485.
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., Aini, Q., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2019). *Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34-42.
- Setyawan, D. A., Sari, N. I., Kuswindari, I. A., Sari, D. E., Sakhara, I., & Kustiningsih, N. (2020). *Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran Di Usaha Mikro Kecil Menengah*. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 37-46.
- Salsabila, F., & Fitria, S. (2023). *Analisis perkembangan bisnis skincare dengan menggunakan live streaming TikTok sebagai media promosi (Studi pada brand skincare lokal Alldays)*. *Diponegoro Journal of Management*, 12(6).
- Yurindera, N. (2023). *Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility*. *Jurnal Esensi Infokom*, 7(1).
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma*. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01-10.
- Bororing, S., & Dwianto, A. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Skincare Merek Somethinc Survey Pada Followers Instagram Somethinc*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 5(1), 46-57.
- Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., & Azmi, M. A. (2022). *Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store*. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 2(1), 13-24.
- Felix, A., Saputra, A., Wibowo, B. M., Julius, J., Lenisia, L., & Susilo, S. R. (2024). *FITUR-FITUR DALAM SHOPEE DAN TIKTOK SHOP YANG MAMPU MENINGKATKAN PENJUALAN*. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 6(1), 19-24.
- Rambe, A. S., Siregar, A., Fitri, H., Ardianti, I., Faturrahman, A., Pandiangan, H. E., & Zahra, M. (2024). *Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di" Tiktok" pada Pedagang dengan Cara Live Shopping*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3710-3714.