

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, V., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2).
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. CV. Cendekia Press.
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pelaku Usaha Pemula. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2105–2124. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3947> Diakses 30 Agustus 2024
- Faishol, R., Masruroh, F., Meliantina, M., & Rohmah, K. (2021). Pendampingan Inovasi Produk Kaset Kaki Kain Perca Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Shopee Di Desa Jajag. Abdi Kami: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 241-251.
- Feriyanto, O. (2024). PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN “KEBAB BOSMAN”. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(1), 60-76.
- Feriyanto, O. (2024). PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN “KEBAB BOSMAN”. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(1), 60-76.
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 625-637.
- Hariman, N. R. D., Yekti, A., & Farmia, A. (2024). Strategi Pemasaran melalui E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan Benih Hortikultura di CV Multi Global Agrindo. *Jurnal Triton*, 15(1), 187-199.
- Hastuti, W., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2).

- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. Pareto: *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.
- Ismail, R. W. (2020). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Respon Konsumen Melalui Ekuitas Merek (Studi Kasus pada Konsumen Pengunjung Media Sosial Instagram Picnic)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Liubana, A., Kowey, W. O., Alfonso, P. V., & Putra, W. P. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion di E-commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(04), 352-361.
- Mekari Qontak. (2024, July 15). Pengertian Pemasaran Media Sosial, Manfaat dan Strateginya. <https://qontak.com/blog/pemasaran-media-sosial/> Diakses 4 Agustus 2024
- Nafsi, F. S., & Kusuma, Y. B. (2023). Penerapan Digital Marketing pada E-commerce dan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk PT Behaestex. Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 1(3), 156-166.
- Nandy. (2023, August 23). Marketing Mix: Pengertian, Asal-Usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya - Gramedia Literasi. Gramedia Literasi. https://www.gramedia.com/literasi/marketing-mix/#google_vignette Diakses 17 Juni 2024
- Negara, D. J. K. (n.d.). Memanfaatkan E-Commerce dengan benar. [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-DenganBenar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,sarana%20media%20elektronik%20\(internet\)](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-DenganBenar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,sarana%20media%20elektronik%20(internet)) Diakses 18 Juni 2024

- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Riadianti, F., Nurhasanah, W., Telaumbanua, F. H., Khadavi, K., & Siregar, M. W. (2024). Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Prosedur Menggunakan Model Project Based Learning Siswa Kelas VII-3 SMPN 45 Medan. *Simpati: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Bahasa*, 2(3), 56-66.
- Ruruh Jatmiko, B. (2022). PROSEDUR PEMASARAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN ARTIKEL WEBSITE DALAM PENGENALAN BOGORIENZE RESORT PT RUMAH PLUS INDONESIA (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jakarta).
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Sebagai Seller pada E-Marketplace (Studi pada Pelanggan Shopee di Indonesia). *Media Bina Ilmiah*, 15(12), 5853-5866.
- Shevany, M. (2018). Analisis strategi membangun brand awareness e-commerce Shopee di media sosial dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(1).
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membangun positioning di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29
- Tuju, K., Tonny, T., Marinka, M., & Mantur, M. (2024). The Effect of Promotions and Buying Interest on Increasing Product Sales Volume at PT. Indosat TBK Manado Branch. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(8), 3287-3296.
- Tuju, K., Tonny, T., Marinka, M., & Mantur, M. (2024). The Effect of Promotions and Buying Interest on Increasing Product Sales Volume at PT. Indosat TBK Manado Branch. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(8), 3287-3296.
- Wahdah, K. H. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH (Studi kasus Cluster Aralia

Melalui Agent Century 21 Metro Group) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Wilson, N. (2023). TRANSFORMASI PEMASARAN DALAM ERA E-COMMERCE: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PLATFORM SHOPEE. [www.academia.edu.https://www.academia.edu/111099676/TRANSFORMASI_PEMASARAN_DALAM ERA E COMMERCE ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PLATFORM SHOPEE?sm=b](https://www.academia.edu/111099676/TRANSFORMASI_PEMASARAN_DALAM ERA E COMMERCE ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PLATFORM SHOPEE?sm=b) Diakses 26 Juni 2024