

DAFTAR PUSTAKA

- Praventyasari Mutiara & Kinkin Yuliaty Subarsa Putri. 2023. Uses and Gratification Theory in TikTok as Social Media Marketing Platform: Seen from Market Player View. March 2023 *Journal of Digital Marketing and Communication* 3(1):1-11. DOI:10.53623/jdmc.v3i1.164.
- Abdillah, L. A. 2022. *Peranan Media Sosial Tiktok Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Afiah, N., Hasan, M., S. R., & Arisah, N. 2022. Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1257. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>
- Alifia, S., & Misidawati, D. N. (2024). *Pemanfaatan TikTok Live sebagai Sarana Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Galaxy Picture*. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 209–216.
- Arkansyah, M., Kusuma, Y. A., Afgan, S. Al, & Dio, P. n.d. *Strategi Komunikasi Bisnis di TikTok Shop untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Gresik*. 28–33.
- Armin, Farid, & Nurfidah. 2023. Pengaruh Media Sosial Tiktok Facebook Dan Whatsapp Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Karya Baru (Study Kasus Di Desa Tente Kecamatan Woha Kabupaten Bima) Tahun 2022. *Business Management*, 2(1), 10–22.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. 2019. The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022. 2022.*
- Cahyo, P. N., Wulansari, D. D., Romadhoni, D. A., & Damayanti, A. 2024. Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Perluasan Akses Pasar. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 22, 342–349.
- Delicia, C., & Paramita, S. 2022. Konten Tiktok untuk Meningkatkan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic dan Agate Deluxe). *Koneksi*,

6(1), 218. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15768>

- Dzalila, L., & Amalia, D. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun @handmadeshoesby. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1297–1306. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3439>
- Ellyawati, J., & Kusumatriawan, A. J. A. 2024. The Effect of Social Media Marketing on MSMEs' Business Performance During the COVID-19 Pandemic. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(2), 38–54.
- Fatonah, F., Putra, Y. A., Setiawan, C. E., Larson, K., Mikro, U., Menengah, K., & Pemasaran, S. 2024. *PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI*. 7, 17755–17759.
- Firmansyah Bratadiredja, M. 2023. Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku Umkm. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(2), 144–155.
- Fitri, A. I., & Dwiyantri, S. A. I. (2021). *Efektivitas Media Tiktok dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca di Pandemi COVID-19*. *Jurnal EK&BI*, 4(1), 345–348. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.210>
- Gbandi, E. C., & Iyamu, G. O. 2022. The effect of social media marketing on the growth of business: evidence from selected Small and Medium Enterprises (SMEs) in Benin City, Nigeria. *Journal of Enterprise and Development*, 4(1), 77–98. <https://doi.org/10.20414/jed.v4i1.4918>
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiauwaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. 2020. Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hasny, F. A., Renadia, S. H., & Irwansyah. (2021). *Eksplorasi Konsep Diri Para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory*. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114–127. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1671>
- Ilmu, J., Dan, K., Politik, S., Fernanda, A., Mu, A., Gabriel, E., & Bram, A. 2025. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Mie Ayam Angmewah Di Wonogiri*. 02(03), 709–714.
- Istanto, Y., Rahatmawati, I., Sugandini, D., Arundati, R., & Adisti, T. 2020. *Pemasaran*

Melalui Media Sosial Tiktok Pada Usaha kecil.

- Kamila, S. R., & Albari, A. 2023. Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Tiktok Instagram terhadap Peningkatan Penjualan di Raniapetshop. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 180–188. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.5109>
- Kesehatan, K. 2019. Pengaruh Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Ayan*, 8(5), 55.
- Muhammad Nurhidayat Muis, Ariq salman, & Mulia, F. 2023. the Influence of Umkm on the Use of Social Media Marketing in the Middle of the Covid-19 Crisis. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 943–952. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15535>
- Muhiban, A., & Wartono, A. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mexalminuz Clothing di Kudus (Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial Tiktok Facebook dan Instagram). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 267–279. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.635>
- Nangoy, E. S. C., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. 2024. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Digital Marketing Promotion pada Curabeauty Manado. *Productivity*, 5(2), 859–863. <https://doi.org/10.35797/ejp.v5i1.54704>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. 2023. Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Nufus, H., & Handayani, T. 2022. STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nur Afiah, Hasan, M., Ratnah, S., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *IDEAS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(4), 1257–1260. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>
- Nurkhayati, Sudibyo, T., & Miftah, M. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Instagram Bisnis Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk “Fanaya Catering.” *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 4–5.
- Pancaningsih, R., Baaq, S. H., Latifah, R. N., Wahit, A. N., Handayu, M. D., Rahmawati, E., Maharani, V. D. P., Zain, M. F., & Santoso, A. P. A. 2022.

Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store di Sukoharjo. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 134–148.

Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. 2022. Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.

Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. 2023. Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506. https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7. BAB II_201884KOM.pdf

Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Sampoerna, S. T. 2022. The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 4(1), 59–68. <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.228>

Rahmayanti, D. 2024. *The Influence of Knowledge Sharing and Marketing Information Systems to Improve Marketing Networks and Marketing Performance in Msmes in the Culinary Field East Kutai District*. 13(2), 22–34. <https://doi.org/10.35629/8028-13022234>

Revita Sari. 2024. Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 259–270. <https://doi.org/10.6132/manuhara.v2i2.784>

Rezma, A., Elsa, R., & Zahrotun, A. 2022. The Influence of Facebook Advertising on Increasing Sales of Micro, Small, and Medium Enterprise Products in Bandung. *International Journal of Research and Applied Technology*, 2(1), 233–239. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6932>

Saliin, E. 2023. Social Media Marketing. In *Social Media Analyticsin Predicting Consumer Behavior* (Issue June). <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>

Sartika, D., Vitriani, R., Harbangkara, R. M., Ali, R. R., & Ratnawati, Y. 2022. Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen (Kasus Pelaku Umkm Produk Pangan). *Jurnal BENING*, 9(2), 22–36.

Satyagraha, B. A., & Soelaiman, L. 2023. the Effect of Social Media for Customer Relationship Management on Sme'S Performance With Social Competence and

Sales Intensity As Moderating Variables. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 186–193. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i2.186-193>

Sinaga, M. P., Kabeakan, S. P., Damanik, Y. P., Khaira, I., & Siregar, Z. 2024. The Influence of Social Media on Increasing Sales of MSMEs (Case Study of MSMEs in Tanjung Morawa). *Economic: Journal Economic and Business*, 3(3), 102–107. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v3i3.582>

Siti Aisyah, Raudatun Sumi, Sonia Purba, Finik Kharianti, & Melsa Siagian. 2023. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Shop Sebagai Media Promosi Terhadap UMKM Toko Hijab Abiee Hijab di MMTC. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 10–20. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i1.52>

Sondakh, D., Lumingkewas, V., Laoh, L. C., & Sandag, G. A. 2022. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Klabat Journal of Management*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.60090/kjm.v3i1.823.67-82>

Susanto, D. W., Faridah, F., & Amirul, A. 2023. Pengaruh Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Ukm Dapur Julie Depok. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 182–197. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2932>

Ukm, E., & West, I. N. 2024. Analisis pemanfaatan Media Sosial Tiktok bagi usaha kecil dan menengah (ukm) di bandung barat analysis of the use of social media for small and medium enterprises (ukm) in west bandung. 7.

Ummah, M. S. (2019). Covariance Structure Analysis of Health-Related Indicators in Home-Dwelling Elderly Focusing on Subjective Health Perception. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. 2022. Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Tiktok oleh UMKM Di Era Pandemi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 89–96. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i1.590>

Weriframayeni, A., & Kurnia, Y. (2024). Pengaruh TikTok Shop terhadap Kepuasan Berbelanja di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 21 Universitas Perintis Indonesia, Padang. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(2), 7230–7246.

Zainal Aprianto Bagus Pratama, Eny Eny, & Emilia Pranata. 2024. Pengaruh Media Sosial Tiktok dan Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surabaya Selatan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 156–170. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1206>

