

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak (WEBSITE INI SUDAH BERMIGRASI KE WEBSITE YANG BARU==> [Https://Journal. Uny. Ac. Id/V3/Jpa](https://Journal.Uny.Ac.Id/V3/Jpa))*, 9(1), 57-62.
- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum Dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law And Governance Journal*, 2(4), 697-709. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13-23.
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 46-51.
- Dewanty, A. P. (2022). PENGELOLAAN BRANDING UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS UMKM KOLAM PANCING SUMBER REJEKI DESA KALANGANYAR. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(01), 290-295.
- Fahzaria, N. A., Yulianita, N., & Ratnasari, A. (2022). Social Marketing Communication Of Peace Education Program By Peace Generation Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1-14.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring Youtube Marketing Communication: Brand Awareness, Brand Image And Purchase Intention In The Millennial Generation. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1787733.
- Fitri, N. A. (2022). Dampak E-Commerce terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Platform Shopee). *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 67-77.
- GUNAWAN, S. C. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word Of Mouth Umkm Bengkel Panca Motor Tangerang Dalam Meningkatkan Pelanggan* (Doctoral Dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# Universitasbuddhidharma).

- Maulana, M. D., & Hartini, H. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan E-commerce Tokopedia untuk Meningkatkan Penjualan. *Journal of Islamic Economic and Law (JIEL)*, 1(1), 1-11.9
- Indrayani, K. D. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Pada Edie Arta Grosir Cabang Bungkulan di Kota Singaraja. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 129-137.
- Instagram. (2025). @Ky.Modified. Diakses 19 Agustus 2025, Dari <https://www.instagram.com/Ky.Modified?lgsh=Ehvlmdk1zmtwdm9x>
- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi pemasaran dengan pemanfaatan fenomena viral dan komunikasi electronic word of mouth melalui sosial media di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924-942.
- Khalifatunnisa, K. (2024). *Meningkatkan Reputasi Sekolah Di Masyarakat Melalui Manajemen Program Language Intensive Programs (LIPS): Studi Kasus Di SMP Nurul Jadid Paiton Probolinggo* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kotler Philip (2000), *Marketing Management Millenium Edition*, Prentice Hall International, Inc, Kotler, Phillip & Amstrong, Gary (1996), *Principles of Marketing*, Prentice Hall, Inc
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. (2023). TikTok sebagai media pemasaran digital di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24-36.
- Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Indonesia Villajaya Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal Of Applied Business Administration*, 1(1), 61-73.
- Lince, L. (2022, May). Implementasi Kurikulum Merdeka Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Pada Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan IAIM Sinjai* (Vol. 1, Pp. 38-49).
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2016, 2.1:20-29.

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Prodak Polycrol Forte Melalui Akun Instagram@ Ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23-38.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291-296.
- Nasiha, S. (2010). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Dalam Mengkokohkan Brand Dagadu Djokja. *Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga*.
- Natalia, B. ., Divilito, F. ., Ivan Dika Lesmana, & Hanes, H. (2025). Solusi Digital untuk Optimalisasi Transaksi dan Inventori: Studi Kasus Toko Chandra Motor. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 9(3), 904-914. <https://doi.org/10.33395/remik.v9i3.15139>
- Nugraha, A. R., & Putri, C. U. (2020). Proses Branding Melalui Pengelolaan Media Sosial Pada PT. SDO. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 20(1), 68-73.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Nurpriatna, A., Nulhakim, A., Opsari, R., Komara, E., & Koswara, N. (2024). Peran Nilai-Nilai Dan Etika Dalam Menentukan Budaya Kerja Sekolah Di Ma Muslimin Jaya Cisaat Sukabumi. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2645-2649. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4036>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling For Qualitative Data Collection And Analysis In Mixed Method Implementation Research. *Administration And Policy In Mental Health And Mental Health Services Research*, 42, 533-544.
- Ratnaningtyas, E. M., Sari, W., Fathona, C. A. P., Syamsudin, S., Hardaya, A., & Lestari, S. (2024). Strategi Pemasaran Produk Dalam Menghadapi Tantangan Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada UMKM Keripik Belut Citra

- Rasa). *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(5), 216-230.
- Rahmana, P. N., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media edukasi di era generasi Z. *Akademika*, 11(02), 401-410.
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Safitri, N. (2023). *Penerapan Integrated Marketing Communication Melalui Konsep Omnichannel Marketing Dalam Program Pemasaranjunique (Studi Kasus Astra Motor Purworejo)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia). Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Saputra, F. B., Syalsabila, A., Fadhillah, Y., & Firmansyah, R. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(3), 66-77.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-6.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together And Making It Work*.
- Shopee. (2025). Profil Toko KY Modified. Diakses 19 Agustus 2025, Dari <https://Shopee.Co.Id/Ky.Modified?Entrypoint=Shopbysearch&Searchkeyword=Ky%20modified>
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan media sosial (digital marketing) untuk pemasaran produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88-100.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.
- Simatupang, M., Muharsih, L., Barus, D. A., & Ratnaningtyas, A. (2022). Apakah Keterlekatan Kerja Mampu Memediasi Dukungan Lembaga Terhadap Kinerja Karyawan?. *Psikologi Prima*, 5(2), 68-74.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.

- Tiktok. (2025). @Ky.Modified. Diakses 19 Agustus 2025, Dari
<https://www.tiktok.com/@Ky.Modified? T=ZS-8z0cxpi3v0z& R=1>
- Tokopedia. (2025). *Profil Toko KY Modified*. Diakses 19 Agustus 2025, Dari
<https://www.tokopedia.com/kymodified>
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh sales promotion, hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada e-commerce shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144-154.
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam membangun brand image. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138-148.
- Winata, J. N., & Alvin, S. (2022). Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus Instagram Bonvie. Id). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4262-4272.
- Yasin, N., Rahman, F., Fauzi, R. R., Fathurahman, I., Husain, R. F., Kurniawan, M. R., & Pratama, M. D. Y. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital FREEIDEA Entertainment Dalam Pengelolaan Branding BENDLANCAR: Perspektif Komunikasi Dan Dakwah. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 13(1), 21-45.