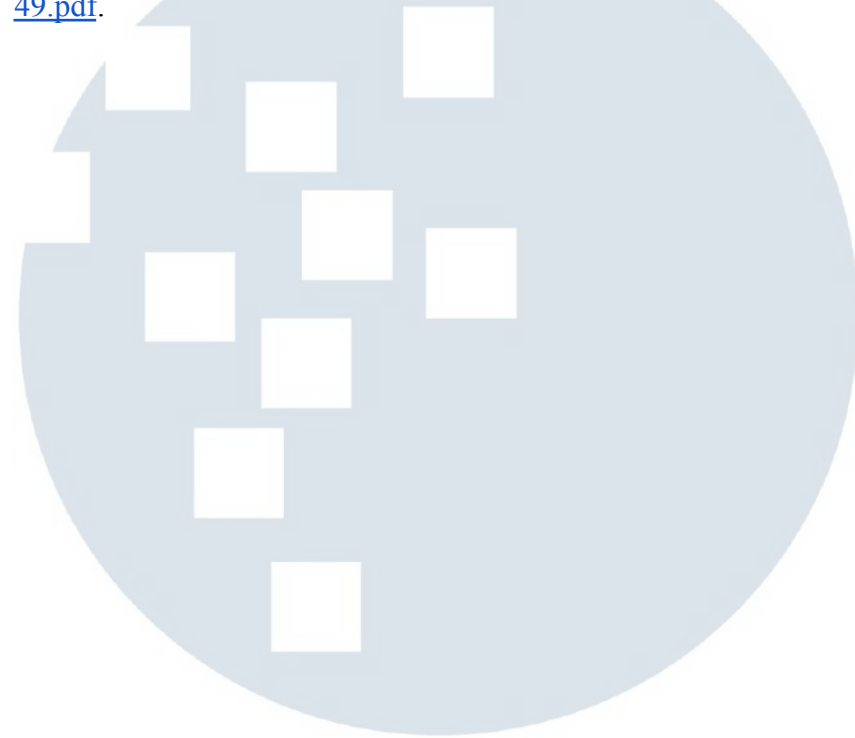


DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, T., Wahdiyati, D., & Rahman, N. (2025). Analisis Engagement Rate Pada Konten Video di Akun Tiktok Grup Idol Virtual Plave @plave official. *jkn.unitri.ac.id*. <https://doi.org/10.33366/jkn.v7i1.2265>
- Aprilia, Z. (2023, July 7). Bisnis home & living Makin gurih, Startup ini jadi Penantang. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20230707101129-25-452183/bisnis-home-living-makin-gurih-startup-ini-jadi-penantang>
- Audrey Jessie Widyadhana. (2023). Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 62–75. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i4.1412>
- Bappenas. (2023). SDGs adalah Pokok Penting Acuan Mencapai Indonesia Emas 2045. Bappenas. <https://sdgs.bappenas.go.id/sdgs-adalah-pokokpenting-acuan-mencapai-indonesia-emas-2045/>
- Chaffey, D. (2022, October 11). *SOSTAC® marketing plan model definition - What is? - Digital marketing Glossary*. Dr Dave Chaffey : Digital Insights. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/sostac-marketing-plan-model/>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing excellence*. <https://doi.org/10.4324/9781315640341>
- Djailani, M. F. (2023, December 14). 30 juta UMKM ditargetkan masuk ekosistem digital pada 2024. *suara.com*. <https://www.suara.com/bisnis/2023/12/14/103701/30-juta-umkm-ditargetkan-masuk-ekosistem-digital-pada-2024>
- Elgamar. (2020). *BUKU AJAR KONSEP DASAR PEMROGRAMAN WEBSITE DENGAN PHP*. Ahlimedia Book.
- Empathanussa, D. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3). <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/1057>
- Faisal, M. T., & Fasa, M. I. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN E-COMMERCE DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA. *jurnal.mediaakademik.com*. <https://doi.org/10.62281/e0ae0685>
- Hsb Kamsanuddin, & Ramadhany, S. (2023). PENGARUH BRIEFING DAN PENGAWASAN TERHADAP KUALITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. TELKOM INDONESIA DATEL CIPUTAT. *Dynamic Management Journal*, 7(1). <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj/article/view/7201/0>
- Hariani, F. O. (2016). ANALISIS MANAGEMENT EVENT WEDDING ORGANIZER DI DAERAH KHUSUS IBU KOTA JAKARTA. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).

- <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44663>
- Khumaeroh, L. L., & Fauzi, I. (2025). MARKETING 5.0 : PERAN KEY OPINION LEADER DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT SCARLETT WHITENING. *Among Makarti*, 18(1).
https://www.researchgate.net/publication/393201367_MARKETING_50_PERAN_KEY_OPINION_LEADER_DAN_TRUSTWORTHINESS_TERHADAP_CUSTOMER_ENGAGEMENT_SCARLETT_WHITENING
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management*. Pearson UK.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Lieb, R., & Szymanski, J. (2017). *Content - the atomic particle of marketing: The Definitive Guide to Content Marketing Strategy*. Kogan Page.
- Levin, A. (2019). Influencer marketing for brands. In *Apress eBooks*.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4842-5503-2>
- Putri, K. U. J. (2025, April 17). *Tech in Asia Indonesia - Menghubungkan ekosistem startup Indonesia*. Tech in Asia Indonesia.
<https://id.techinasia.com/data-ecommerce-indonesia-panduan-lengkap>
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1–11.
<https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i01.92>
- PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI. (2017). *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43-48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>
- Putri Wulansari, F., & Andarini, S. (2025). IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MELALUI IKLAN BERBAYAR PADA SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI APOTIK SURYABIOOFFICIAL. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(1). <https://doi.org/10.35906/jep.v11i1.2404>
- Suryandari, S. (2021, July 26). Kini Ada Platform Marketplace Khusus UMKM Furniture Pertama di Indonesia. *mediaindonesia.com*, All Rights Reserved.
https://mediaindonesia.com/ekonomi/421050/kini-ada-platform-marketplace-khusus-umkm-furniture-pertama-di-indonesia#goog_rewarded
- Saputra, D., MS Syafwandi, & B Budiwirman. (2019). Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau Di Kabupaten Lima Puluh Kota. *DEKAVE: Jurnal*, 5(2), 1–25. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/8286>
- Wahab, A. Y. L., Ikawati, W., Intihani, S. T., Syamiya, E. N., Nuraini, H., Isnaniah, Shopia, K., Widiarti, A., Fachrurrozy, A., Forsia, L., Swara, M. M., Nirmala, N., Purnawati, Fahmi, R., & Hamid, S. F. (2022). *METODE PEMBELAJARAN DALAM STUDENT CENTERED LEARNING (SCL)*. Wiyata Bestari Samasta
- Xiong, L., Cho, V., Law, K. M. Y., & Lam, L. (2021). A Study Of Kol Effectiveness On Brand Image Of Skincare Products. *Enterprise Information Systems*, 15(10), 1483–1500.
<https://doi.org/10.1080/17517575.2021.1924864>

Zhao, F., & Kong, Y. (2017). Menemukan pemimpin opini utama jaringan sosial berdasarkan model pengaruh psikologis 1. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(9), 43–55.
http://www.ijar.in/journal/journal_file/journal_pdf/14-407-15115193164349.pdf.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA