

## DAFTAR PUSTAKA

- Agama, P., Di, I., & Medan, M. A. N. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>
- Ajif, P. (2013). Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Penelitian*, 31–40.
- Bening Azhilmi, F. (2019). *Thina middha (Kemalasan dan kantuk)*. 1–9.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 89.
- Dimas Ariansyah<sup>1</sup>, M., Dini<sup>2</sup>, A. R., & Sukmawati<sup>3</sup>, D. D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun TikTok Winddam.id Melalui Live Streaming TikTok. *Prosiding Seminar Nasional*, 1252–1261.
- Drs. Agus Hermawan M.Si, Mb. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (Adi Maulana (ed.)). Erlangga.
- Fandy Tjiptono, P. D. (2015). *Strategi Pemasaran* (edisi 4).
- Justralina. (2015). Strategi Pemasaran Tabungan Hasanah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Suska Pers. Toward a Media History of Documents*, 1.
- Ley 25.632. (2002). *No Title No Title No Title*. 8–21.
- Nuzulia, A. (1967). sejarah tiktok. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, 5–24.
- opiida. (2014). BFitri Mar`Atus Sholihah (2018) “Bab Ii Landasan Teori,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), hal. 8–24.ab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Pardede, G. E., & Sujanto, F. (2022). Urgensi Penyeragaman Kebijakan Cod Pada Marketplace Indonesia Demi Mewujudkan Perlindungan Hukum. *Journal Economic & Business Law Review*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.19184/jebr.v2i2.26565>
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DINamika Sosial*, 1, 213–214.
- Qotrun A. (n.d.). *Metodologi Penelitian: Pengertian, Jenis, Manfaat, dan Tujuan*.
- Sugiarto. (2016). *Pengaruh Live Shopping Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Mint Beli Skitific*. 4(1), 1–23.

- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Syaifuddin, A., & Ningsih, M. (2023). Penerapan Metode Content-Based Filtering Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 5(2), 185–194. <https://doi.org/10.51977/jti.v5i2.1282>
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Universitas Bakrie. (n.d.). *Kenalan Dengan Tiktok Shop, Social Commerce Yang Sedang Naik Daun*.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2017), 26–29.
- Wahyuni, N., Ade Irman Saeful Mutaqin S., & Akbar Gunawan. (2019). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 1(6), 31–39.
- Wati, E. A. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Yoon, C. (2014). No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 46–49.