

diterapkan dengan menggunakan akun media sosial melalui Inatagram dan TikTok mampu meningkatkan penjualan.

Hasil eksplorasi ini menunjukkan pentingnya segmentasi pasar, penggunaan social media seperti Instagram dan TikTok sebagai alat pemasaran, serta strategi konten yang terencana untuk meningkatkan penjualan. Ardana Studio dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengoptimalkan pemasaran mereka dan mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Meskipun adanya keterbatasan sumber informan dari sisi konsumen yang sulit dijadikan referensi karena konsumen Ardana Studio berasal dari mancanegara dan membeli melalui online saja. Harapannya dipenelitian selanjutnya jika dilakukan di tempat Ardana Studio mampu menampilkan bentuk kepuasan dan ketertarikannya dalam menggunakan jasa desain Ardana Studio.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Basnet SD, Auliya A. Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event INACRAFT 2022. *J Tour Econ* 2022;5:18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.137>.
- [2] Supangat. STRATEGI MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS DIGITAL SOCIAL MEDIA MARKETING) UAS E-BISNIS. *Ekon J Econ Bus* 2021.
- [3] Riyanto AD. Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital (Tahun 2022). *Hootsuite (We Are Soc Indones Digit Rep 2022* 2022).
- [4] Annur CM. Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial Global (Oktober 2018-Oktober 2022). *Databoks* 2022.
- [5] Handika MR, Darma GS. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram by Kata Kunci : Media Sosial , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix , dan Cost . Keyword : Social Media , Instagram Marketing , Influencer , Marketing Mix. *J Manaj Dan Bisnis* 2018;15:192–203.
- [6] Hamida KM, Indri Rachmawati. Strategi Konten Produk Kalaborasi Melalui Instagram. *Bandung Conf Ser Commun Manag* 2023;3. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5446>.
- [7] Azhari S, Ardiansah I. Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *J Manaj AGRIBISNIS (Journal Agribus Manag* 2022;10. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i01.p02>.
- [8] Nurdian G. Data Statistik TikTok 2022. *Graha Nurdian* 2022.
- [9] Anggraini AA, Hakimah EN. Mendongkrak Pemasaran Melalui Content Marketing Dan Influencer (Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri). *SIMANIS Simp Manaj Dan Bisnis* 2022;1:572–83.
- [10] Mufflikhata FW. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Skincare Herbal SR12 2023;2.