

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Agusti, R., & Aravik, H. (2023). Analisis Penggunaan Marketplace Facebook Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang. *Jurbisman (Jurnal Bisnis Manajemen)*, 1(2), 380-381.
- Arifin, R. W. (2015). Peran Facebook Sebagai Media Promosi dalam Mengembangkan Industri Kreatif. *Bina Insani ICT Journal*, 2(2), 118.
- Arizal, Sukmana, R. A., Ulfah, Y., Shaddiq, S., & Zainul, M. (2021). Strategi Pemanfaatan Facebook Marketplace Dalam Manajemen Periklanan. *Syntax Idea*, 3(6), 1278-1279.
- Atmoko, T., & Rahadi, D. R. (2021). Analisis Pemanfaatan Facebook sebagai Media Promosi Produk Perumahan PT. Mandiri Agency pada Masa Pandemi COVID-19. *Dimensi*, 10(1), 213.
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of f Tourism and Economic*, 5(1), 19.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Riset Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Farida, N., Utomo, B., & Sari, N. (2020). Analisa Kredit Dana Bergulir Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Keuntungan Pengusaha Makanan. *Agrimas*, 4(2), 99.
- Firdaus, Rahmat., & dkk. (2023). *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 4(2), 79.

- Hapsari, M. T. (2022). Halal fashion: Strategi pemasaran dengan marketing mix 9P. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(1), 15.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Haryanto, R. (2009). *Cerdas Jelajah Internet*. Jakarta: Kriya Pustaka.
- Haryanto, T., & Azizah, S. N. (2021). *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. Purwokerto: UMP Press.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iqbal, H. (2008). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusuma, A. A., & Permatasari, K. I. (2023). Penerapan Marketing Mix 9P Pada Mie Gacoan Cabang Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 63-64.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiwaty, Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. (2021). Menjadi UMKM Unggul Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 21.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghaia Indonesia.
- Ningrum, D. P. (2020). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*, 3(1), 3.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143.
- Prasetyo, D. Y., Yunita, F., & Muni, A. (2021). Pemanfaatan Facebook Marketing untuk Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM Tembilahan. *Jurnal Selodang Mayang*, 7(2), 103.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 73.
- RI, Kementerian Agama. (2010). *Al-quran dan terjemahnya*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.
- RI, T. P. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Ropa, J. A., Sondakh, M., & Pasoreh, Y. (2021). Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Oleh Ibu-Ibu Guna Meningkatkan Pendapatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4), 1.
- Rumondang, A., & dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, I. P., & Rahmawati, E. D. (2023). Analisis Facebook Marketing Pada Penjualan Furniture (Studi Kasus UD Buana Jati Makmur). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, 3(1).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Jurnal SENRIABDI*, 1(1), 360.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia.
- Sopiah, N. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook. *Seminar Nasional Teknologi Informasi (SNATI)*, 16.

- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugito, & dkk. (2022). *Media Sosial (Inovasi pada Produk & Pengembangan)*. Medan: UMA Press.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Azzahra, I. (2022). *MEDIA SOSIAL (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Sumatera Utara: Universitas Medan Area Press.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku*, 3(1), 42.
- SW, S., & Susanti, R. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Aset, dan Omzet Penjualan Terhadap Laba UKM Catering di Wilayah Surakarta. *Eksplorasi*, 29(2), 198.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Uhar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger*, 3(1), 74.
- Willem, A., Tumbel, A. L., & Samadi, R. L. (2020). Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D'Brothers Laundry. *Jurnal EMBA*, 8(1), 156.