

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arif, Furchan. 2007. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Derossa, Sania D, Evrina P Latando, and M R Zolandion P, 'Literature Review : Peran Social Media Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran Produk', *Journal Of Cademic & Multidicipline*, 02 (2022), hal. 7 <<https://ejournal.uniskkediri.ac.id/index.php/ammer/article/view/3405/1891>>
- Dewi, Pratiwie Nirmala, Chandra Hendriyani, and Rommy Mochammad Ramdhani, 'Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi', *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17.2 (2021), hal. 6, doi:10.31258/jip.17.2.6-13
- Fiantika, Wasil M, Jumiyyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, Et.al, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin*, 2022 <<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>>
- Haeruddin, Nurasm, Altri Wahida, and Rian Maming, 'Peran Media Sosial Dan E-Commerce Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan', *Jesy*, 6.1 (2023), hal. 37, doi:10.36778/jesy.v6i1.962
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy, 'Fikih Media Sosial Di Indonesia', *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5.2 (2020), hal. 25, doi:10.32923/asy.v5i2.1586
- Keuangan, Determinasi Literasi, Inklusi Keuangan, Literasi Digital, Kinerja Usaha, Mikro Kecil, and Kabupaten Sumenep, 'Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal', 6.3 (2024), hal. 82, doi:10.47476/reslaj.v6i3.5730
- Khairiah, Dini, Hani Geralda, Rany Anggraini, and Yayan Hendayana, 'Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Ukm Bittersweet By Najla Harapan Indah, Bekasi', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3.1 (2024), hal. 72, doi:10.55681/sentri.v3i1.2186
- Limakrisna, Nandan, and Togi Parulian Purba, 'Manajemen Pemasaran', 2017, hal. 262
- Moriansyah, La, 'Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-', *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 2015, hal. 96

- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurfajri, Abdul Hamid, and Rifyal Dahlawy Chalil, 'Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur)', *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3.2 (2021), hal. 23, doi:10.32505/jim.v3i2.3479
- Padang, Kota, and Sumatera Barat, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Keuntungan UMKM Di Indonesia : Tinjauan Pustaka Sistematis', *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 22.3 (2023), hal 50, doi:10.32409/jikstik.22.3.3397
- Pahrijal, Rival, Anita Maharani, and Muhammad Nur Fitroh, 'Peran Dan Efektivitas Iklan Di Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk-Sebuah Tinjauan Literatur', *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2022), hal. 11 <<https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/view/93/78>>
- Putri, Laurensia Hanjani, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy', *Performa*, 1.2 (2016), hal. 70
- Reza, Faisal, and Ira Valentina Silalahi, 'Peran Sosial Media Dalam Perkembangan Pemasaran Digital : A Systematic Literature Review', *Jurnal Dimamu*, 3.1 (2023), hal. 111, doi:10.32627/dimamu.v3i1.868
- Sepang, Jantje L, Fakultas Ekonomi, and Jurusan Manajemen, 'marketing mix pengaruhnya terhadap volume penjualan pada pt . Manado sejati perkasa grouP', 2.1 (2014), hal. 30
- Suryani, Ita, 2018. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2018. *Jurnal komunikasi*. ISSN 1907-898X Vol.8, dalam <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v3i2.2730> diakses pada 28 Februari 2021. No.2,
- Yulia, Irla, 'optimalisasi penggunaan media sosial dalam pemasaran sosial dan komunikasi perubahan perilaku (Suatu Pendekatan Studi Literature Review)', *Heartly*, 6.2 (2018), doi:10.32832/heartly.v6i2.1276