

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Acuviarta, A. M. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota-Kota Besar Jawa Barat. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 171-180.
- Adhitya Yoga Prasetya, S. Z. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DESA BOJA. *Jurnal Budimas*, 102-108.
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 66-72.
- Andi Anisah Panguriseng, I. N. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir, Vol. 1*, 55-66.
- Andi Fika Widuri, C. K. (2023). STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MYRUBYLICIOUS FASHION STORE . *jurnal ilmu ekonomi dan sosial*, 112-121.
- Armin, F. N. (2023). Pengaruh Media Sosial Facebook Dan Whatsapp Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Karya Baru (Study Kasus Di Desa Tente Kecamatan Woha Kabupaten Bima) Tahun 2022. *Business Management* , 10-22.
- Aryansyah, F. (2019). PELAKSANAAN PENGENDALIAN PENJUALAN MELALUI OPTIMALISASI PERENCANAAN PENJUALAN. *Jurnal Ilmiah EDUKASI*, 99-106.
- Astuti, H. (2023). IMPLEMENTASI MARKETING MIX 7P PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 1-14.

- Augusti Gesta Nabilla, A. T. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA DIVA KARAOKE RUMAH BERNYANYI DI KOTA TIMIKA. *JURNAL KRITIS*, 21-40.
- Carulin, J. (2021). STRATEGI MARKETING “DE BEAUTY” GRIYA TREATMENT DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN. *Jurnal Ekonomika*, 141-163.
- Dr. Ir. H. R. Zulki Zulkifli Noor, S. M. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIK*. Jakarta: Deepublish CV.Budi Utama.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *PEMASARAN (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Dr. Wier Ritonga, S. M. (2020). *PEMASARAN*. Surabaya: PT. Muara Karya (IKAPI).
- Dr. Yoesoep Edhie Rachmad, S. M., Sri Sudiarti, S. M., Turi, L., Dewi Endah Fajariana, S., Yudo Kisworo, S. M., & Ryan. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Dwi Agustina, D. P. (2022). PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK PADA USAHA HOME INDUSTRY KONVEKSI DHONI COLLECTION PEKON AMBARAWA. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 32-38.
- Dwi Putri Farida Zebua, N. E. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI CV. BINTANG KERAMIK GUNUNGSITOLI. *Jurnal EMBA*, 1299-1307.
- Dwi Sukma Donoriyanto, R. i. (2023). ARTIKEL Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 4 No. 1 Tahun 2023 42 Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X . *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 42-50.

- Dwi Yuli Prasetyo, F. Y. (2021). PEMANFAATAN FACEBOOK MARKETING UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM TEMBILAHAN. *Jurnal Slodang Mayang*, 103-111.
- Elliyana, E. (2020). *DASAR-DASAR PEMASARAN*. Malang: Ahlimedia Press.
- Ely Rahmwati, . I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 230-242.
- Fadhilah, D. S. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial bagi UMKM Kopi Dadaman Desa Citaman Banten. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 13-19.
- Fakhrudin, A. (2022). *BAURAN PEMASARAN*. Yogyakarta: PENERBIT DEEPUBLISH.
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodologi Penelitian KUalitatif*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Firmansyah, D. M. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (SIKAP DAN PEMASARAN)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gunawan, A. (2023). HUBUNGAN PERSEDIAAN DENGAN PENJUALAN PADA LAPORAN KEUANGAN KOPERASI BUKIT MURIA JAYA TAHUN 2021-2022. *Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen*, 95-109.
- Harmawan Teguh Saputra, F. M. (2023). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 29-37.
- Hartiningsih Astuti, S. W. (2023). IMPLEMENTASI MARKETING MIX 7P PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* , 1-14.

- Hendrayani, E. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indonesia, K. A. (2010). *Al-quran dan terjemahnya*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.
- Inne Risnaningsih, L. N. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Menaikkan Penjualan Idealistina Shop . *Cooperative Journal*, 97-108.
- Ira Agustina, L. L. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA PADA PT.ESA KREASIO SPORTINDO (STAYHOOPS) . *Journal of Accounting and Business Studies* , 77-93.
- Irdha Yanti Musyawarah, D. I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1-13.
- Kartini, I. A. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *jurnal edukasi nonformal*, 136-140.
- Kasino Martowinangun, D. J. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG . 139-152.
- Kasma, A. S. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Bekas Pada Showroom Sultan Motor Jambi. *Journal of Student Research (JSR)* , 313-322.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kelvin Janson Ramadian, D. P. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi pada Ayam Koplo by Hangry Indonesia). *GREENOMIKA*, 177-190.

- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 98-102.
- Maranatha, H. D. (2020). PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT.ASTRAGRAPHIA MEDAN. *Jurnal Manajemen*, 1-6.
- Murdiani, T. (2022). Pemanfaatan WhatsApp Group Sebagai Media Promosi dalam Penjualan Online . *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* , 69-76.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nova Nelsya Ariani, M. G. (2022). Strategi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran usaha jasa make up artist . *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 363-368.
- Nugroho Sumedi, A. T. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Di PT.Surya Lifetime. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 135-140.
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *Jurnal Mahasiswa*, 117-128.
- Nurmalina, R. (2015). *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bogor: IPB Press.
- Pratiwi, A. M. (2021). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 . *Jurnal Satyagraha* , 73-81.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Purbohastuti, A. W. (2021). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET . *Jurnal Sains Manajemen*, 1-17.
- Putri Fauziah Sri Indrapura, U. M. (2023). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA. *JURNAL ECONOMINA*, 1970-1978.
- Putri, E. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Aplikasi Facebook Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Produk Karang Hias (Coral) Di PT. Dirga Mega Cipta Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1-14.
- Rendelangi, A. B. (2023). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ALVIAN RESA PRIANTO DESA AMBAIPUA KECAMATAN RANOMEETO KABUPATEN KONAWE SELATAN . *Sultra Journal Of Economic and Business*, 60-71.
- Restanti, Y. D. (2023). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada UMKM Permen Tape “REZEKI” Ngadiluwih Kediri). *JUMBA: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 84-97.
- Riswan Rambe, D. P. (2023). PEMANFAATAN FACEBOOK DALAM PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN UMKM PENJUALAN FURNITURE. *Neraca Manajemen, Ekonomi*.
- Ruth Dora Yunia Kopi, M. S. (2024). Manfaat Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Online Shop Preloved Merry Shop (Studi Kasus Merry Shop di Desa Buyumpondoli Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 71-85.
- Sapto Haryoko, B. F. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.

- Sari, D. P. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Layanan Perjalanan Pariwisata "Abrisam Tour". *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 92-104.
- Sopyan. (2019). BAURAN PEMASARAN DAN PENCAPAIAN TUJUAN PENJUALAN. *Jurnal Administrasi Publik & Bisnis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN. *jurnal ecobisma*, 83-88.
- Syahrullah, M. Y. (2021). PENGGUNAAN FACEBOOK DALAM PROMOSI PRODUK BARANG JADI. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 27-38.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tongkotow Liedfray, F. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 1-13.
- Yola Alwitri, L. T. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENJUALAN PADA KLINIK SELERA DI BANGKINANG KOTA. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 233-241.
- Zhatil Hanani Octavia Swid, H. R. (2024). PENGARUH STRATEGI KONTEN YANG MENARIK UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DALAM PEMASARAN DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 219-223.