

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon. 2022. Peranan Media Sosial Modern. Palembang: Bening Media Publishing.
- Anwar, Fahmi. 2017. Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni Vol. 1, No. 1, April 2017*. Diakses 3 Juli 2021 From <https://journal.untar.ac.id>
- Aunillah, Rinda. 2020. Determinisme Teknologi: Perayaan Idul Fitri Di Saat Pandemi. *Journal Of Islamic Communication Vol. 3, No. 1, Juli 2020*. Diakses 2 Juli 2021 From <https://core.ac.uk>
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merk (Planning and Strategy)
- Fitri, Dwi dkk. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @grosirshop_stuff Dalam Promosi Penjualan. *Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora Vol. 1, No. 4, Oktober 2023*. Diakses 12 Mei 2024 From, <http://scholar.google.com>
- Jasmi. 2018. Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan. *Jurnal Semarak Vol. 1, No. 3, Oktober 2018*. Diakses 2 Juli 2021 From, <http://openjournal.unpam.ac.id>
- Kusuma, Distiani Fitria. 2013. Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Pengguna Online Shop. *Jurnal Psikologi Industry Dan Organisasi Vol. 2, No. 3, Desember 2013*. Diakses 2 Juli 2021 From <http://journal.unair.ac.id>
- Marlina. 2016. Daya Tarik Facebook Sebagai Media Komunikasi Alternatif. *Jurnal Al-Balag Vol. 1, No. 1, 2016*. Diakses 1 Juli 2021 From <http://jurnal.uonsu.ac.id>

- Meisyaroh, Siti. 2013. Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis Vol. 1 No.1, 2013*. Diakses 1 Juli 2021 From <https://journal.kwikklangle.ac.id>
- Mujahidah. 2013. Pemanfatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Vol. Xv, No. 1, Juni 2013*. Diakses 1 Juli 2021 From <http://journal.iain-samarinda.ac.id>
- Putri Permata, Regita dkk. 2023. Penggunaan Fitur Facebook untuk Meningkatkan Penjualan produk UMKM di Ujungpangkah, Kab. Gresik . Diakses tanggal 27 Juni 2024. <http://ejournal.uniramalang.ac.id>.
- Sari, Rani Widya. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Amadeus Wtc Jambi). Diakses 2 Juli 2021 From <http://repository.uinjambi.ac.id>
- Sitorus, Onny Fitriana & Utami, Novelia. 2017. Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran. Diakses 2 Juli 2021 From <http://repository.uhamka.ac.id>
- Suardi, Ismail Wekke. 2019. Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Suprpto, Haddy. 2020. Penerapan Metodologi Penelitian Dalam Karya Ilmiah. Yogyakarta: KatalogD alam Terbitan (KDT)
- Surahman, Sigit. 2016. Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *Jurnal Rekam Vol. 12 No. 1 April 2016*. Diakses 1 Juli 2021 From <http://journal.isi.ac.id>
- Tasruddin, Ramsiah. 2015. Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitbah, Vol. 1 No. 1 Desember 2015*. Diakses 2 Juli 2021 From <http://journal.uin-alauddin.ac.id>

Timor, Verdha Ritno. 2015. Facebook Sebagai Media Promosi. Diakses 1 Juli 2021

From <http://empirints.ums.ac.id>

Tobing, David Hizkia Dkk. 2017. Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif. Diakses

4 Juli 2021 From <https://smdos.unud.ac.id>

www. everpro.id. *facebook marketplace*, dan cara kerjanya:

<https://everpro.id/blog/facebook-marketplace>

www.greatnusa.com. Apa itu *facebook ads* serta bagaimana cara menggunakannya:

<https://greatnusa.com/artikel/apa-itu-facebook-ads>

Zivea, Mira. 2017. Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* Sebagai Sarana Efektif

Pendukung Kegiatan Perkuliahan Di Program Studi System Indormasi

Institut TekNologi Dan Bisnis Kalbe. *Jurnal Kalbis centia Vol. 4 No. 2*

Agustus 2017. Diakses 1 Juli 2021 From <http://research.kalbis.ac.id>