

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, N. Azzahra, Lu, C., & Kuswoyo, C. (2021). Efektivitas Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan X). 10(3), 1683–1693.
- Atmaja, I. M. D., Suteja, I. M. M., & Diana, K. S. T. (2023). Pengaruh Sosial Media Facebook Pada Penjualan Studi Kasus Pada Umkm Group Wisata Kuliner Pringsewu. 1(2), 50–60.
- Didit Widiatmoko (2021). Metodologi Penelitian.
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Penerbit : Badan Penerbit Bpfe, Yogyakarta
- Indriastuti, P. W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Pengrajin Tas Dan Koper Di Desa Kludan, Tanggulangin- Sidoarjo). 1–16.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane, 2012, Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid Dua, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Kurniawan (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan di Media Sosial Terhadap Volume Penjualan
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt. Prenhallindo, 2007
- Pakpahan, Efendi. Volume Penjualan, Jakarta: Pt. Bina Intitama Sejahtera, 2009
- Pirmansyah. (2022). Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.
- Prabowo, A. A., Setiawan, T., & Chumaeson, W. (2023). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Pengrajin Tembaga Pasca Pandemi Di Desa Cepogo Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. 03(01), 25–36.
- Prasetyo (2023) pengaruh promosi dan iklan terhadap penjualan jenang pada perusahaan jenang yang berlokasi di Sukoharjo
- Putriani, C. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Iklan Di Facebook Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bprs Adam Kota Bengkulu.
- Rri.Co.Id
- Rasyadi (2017). Pengaruh Promosi dan Iklan Terhadap Volume Penjualan di UMKM Kota Palu
- Satriawan, R. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Kangaroo Motor Mandiri Skripsi.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. 1(1), 1–15.

- Solikhatun, I., Rahayu, T. I., & Demak, S. F. (2024). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Facebook” Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Kuliner Bakso Balungan. 5(1), 39–49.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.
- Subagyo Ahmad, 2010, Marketing In Business, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Subagyo Ahmad, 2010, Marketing In Business, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sugiyono, 2011. Statistik Untuk Penelitian, Cetakan Kesembilanbelas, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Sunyoto Danang, 2013, Perilaku Konsumen, (Panduan Riset Sederhana Untuk mengenali Konsumen), Cetakan Pertama, Penerbit : Caps, Yogyakarta
- Sunyoto, Danang, 2015, Strategi Pemasaran, Cetakan Pertama, Penerbit: Caps, Yogyakarta.
- Swastha, Basu Dan T. Hani Handoko, 2008, Manajemen Pemasaran, Analisis perilaku Konsumen, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit : Bpfe, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2015, Strategi Pemasaran, Edisi Keempat, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta
- Zulaika, Z., Zulfadhli, & Suraiya, N. (2022). *Kontribusi Media Sosial Instagram Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Coffee Gampong Peuniti Banda Aceh*. 4(1).