

DAFTAR PUSTAKA

- Akmaliyah, S. S., & Suherman, E. (2025). PENDAMPINGAN PEMBUATAN *DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK MARKETPLACE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM SAPU IJUK DIANA MANDIRI. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 4(1), 3834–3847.
- Ayodya, R. W. (2020). *UMKM 4.0*. Elex Media Komputindo.
- Budiarti, A. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Influencer UMKM Batik Ngejreng Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 161–168.
- Chaffey Fiona, D. E.-C. (2022). *CHAFFEY: digital marketing 8e*. PEARSON EDUCATION LIMITED.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Jamu Tradisional di Era Teknologi Digitalisasi 4.0. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 1(3), 233–248.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Princípios de marketing*. Bookman Editora.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Kotler, P., Setiawan, I., & Kartajaya, H. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Ascent Audio.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2020). *Marketing research*. Pearson UK.
- Mashuri, & Gita. (2024). *PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA*. [etheses.iainponorogo.ac.id](https://theses.iainponorogo.ac.id)
- Miles, H., & Huberman, A. M. (2020). Saldana.(2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online marketing strategy in Facebook *Marketplace* as a *digital* marketing tool. *Universitas*, 1(2), 3.
- Priambada, S. (2017). Potensi media sosial bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di Malang Raya. *SESINDO* 9, 2017.
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi *digital* pada UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12.
- Setyawan, N. A., Pratiwi, M. I., Wiedayanti, D. F., & Eviyanti, N. (2023). Mentoring Perolehan Nib Dan Implementasi *Digital Marketing* Komunitas Umkm Kelurahan

- Mangunharjo. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8667–8673.
- Sholihin, U., & Mukhlis, I. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM:(Studi deskriptif Kualitatif pada Kelompok UMKM Hantaran Kota Kediri). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 204–218.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Suparman, S., Irwansyah, I., Amin, M., Junaedi, J., Kasmin, M. O., Nursalam, N., & Mushafaat, L. O. (2024). Peningkatan Agribisnis Peternakan Kambing di Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara Melalui Sistem Pemasaran Berbasis Media Sosial WhatsApp dan Facebook. *Tarjih Tropical Livestock Journal*, 4(2), 53–60.
- Susanto, A., Sari, C. A., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook *Marketplace* untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42–51.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.

