

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence.(2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- Amir Purba, dkk.(2006). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ardiyansah Wayan.(2021). ‘Pengaruh Periklanan Promosi Penjualan Menggunakan Facebook Ads di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Yogyakarta’, (Yogyakarta:UIN).
- Azwar, Saifuddin.(2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar:Yogyakarta.
- Dedy N. Hidayat.(2003). ‘Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik’, Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Djaslim Saladin.(2010). *Manajemen Pemasaran Edisi I*. Bandung: CV Linda Karya.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hakim Lukman.(2019). “Efektivitas Penggunaan Facebook Advertising Pada Penjualan Produk Umrah PT Albis Nusa Wisata Jakarta, Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah.
- Indriantoro. (2002). Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Jaiz, Muhammad.(2014). *Dasar-Dasar Periklanan Cetakan ke Empat*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler Philip, Keller.(2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lexy J. Moleong.(2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosda Karya.

- Lialeni Ika. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling*. UIN Raden Fatah Palembang, 45, 35-36.
- Maharani, Ayu Widhiyanti P., Yuni Pratama S., Muhammaad Nastain, & Naela Faza F., 2022, *Pengaruh strategi promosi mie gacoan melalui aplikasi shopee food terhadap tingkat minat pembeli di lingkup mahasiswa universitas mercu buana Yogyakarta angkatan 2022*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vo.1, no.1, hh.4
- Marwanto Aris.(2015). *Marketing Sukses*.Yogyakarta:Kobis.
- Michael Quinn Patton .(2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods, 3rdEdition*, Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Nastain M. (2017) *Branding Dan Eksistensi Produk Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk*. Channel : Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Vol.5 . Hal.15.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson.(2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- Putriani Cici, (2020). “Pengaruh Promosi Penjualan dan Iklan Facebook Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS Adam Kota Bengkulu”, (IAIN Bengkulu:Fak Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Saputra Mandala, (2019).”Pengaruh Pengunjung Iklan Facebook Ads Terhadap Penjualan Produk Ice Yoghurt di Sentul Fresh Indonesia”. Lampung:Politeknik Negri Lampung
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung: Afabeta.
- Taprial, Kanwar.(2012). *Undertsanding Social Media*.London: Bookbon. Ulber, Silalahi.(2009). *Metode Penelitian Sosial*.Bandung : PT. Refika Aditama.
- Wearesocial.net.(2021).hootsuite we are social indonesian digital report 2021.Diakses pada 30 Desember 2022, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Zahrul Aulia,(2018). “Pengaruh Promosi Menggunakan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Cokelat Japo”. Jurnal Ilmu. Vol.14, No.3. <https://pakar.co.id/internet-marketing/jenis-facebook-ads/> ,diakses pada tanggal 13

September 2022

<https://www.akudigital.com/bisnis-tips/apa-itu-facebook-ads/> ,diakses pada tanggal 13 September 2022

www.soocadigital.com/10-kelebihan-dan-kekurangan-facebook-ads/ ,diakses pada tanggal 13 September 2022