

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., & Wenas, R. S. (2022). Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).
- Amelia, R. (2022). *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Perannya*, Sirclo Store, (<https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/>), di akses pada 7 Juni 2022.
- Astiti, N. M. A. G. R., Eryani, A. A. P., Yudiastari, N. M., & Semaryani, A. A. M. (2023). *Pentingnya Kemasan Dalam Pemasaran Produk*. Surabaya. Scopindo Media Pustaka.
- Dhani, A. A., Mahrinasari, M., & Ambarwati, D. A. S. (2024). The Influence of Product Packaging Design and Social Media Advertising on Purchase Intention. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, 4(1), 12-27.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Hanim, L., Noorman, MS. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*, Unissula Press, Jawa Tengah.
- Indrasari, M. (2018) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
- Indrasari, R. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ismail, A., Muda, F. L., & Ahmad, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Dan Kesejahteraan Penggunaan Menurut Islam.
- Istianah, R. (2020). Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. *IRAMA: JURNAL SENI DESAIN DAN PEMBELAJARANNYA*, 4(1), 33-44.
- Karim, D. S. M., & Radji, D. L. (2022). Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Tinelo Putri Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara Kecamatan Anggrek. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 576-582.
- Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.

- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02), 112-122.
- Rambe, F. H., & Nasution, E. Y. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol Di Kota Padang Sidempuan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 403-410.
- Sagita, S. A., & Sarsono, S. (2021). Purchase Decisions From Social Media Marketing, Product Innovation, and Celebrity Endorser. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 71-75.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. P. M. W. S. (2020). The effect of experiential marketing, social media marketing, and brand trust on repurchase intention in Ovo applications. *International research journal of management, IT and social sciences*, 7(3), 11-21.
- Sufaidah, S., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.
- Syam, S. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut Gracillaria pada CV Simpul Agro Globalindo Makassar. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1(2).
- Tehuayo, M. F. F., Sutiksno, D. U., & Manuputty, E. A. (2022). Desain Pemasaran Digital, Kemasan Dan Label Pada UMKM Embal Ibu Baina Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1, 131-150.
- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi: Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 89-96.
- Wijaya, R., & Nugroho, A. J. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2953-2962.