

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).
- Anjarsari, N., Silalahi, V. A. J. M., Siahaan, R. S., Simanjuntak, A. S., Simanjuntak, M. W., Situmorang, K. J., ... & Tangkudung, A. G. D. (2024). Strategi pemberdayaan UMKM melalui inovasi kemasan produk. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 3(5), 1324–1330.
- Azizah, E. R. N., & Islam, M. A. (2024). Desain kemasan sebagai media promosi produk Nirwana Batik di Desa Wisata Bejijong Kabupaten Mojokerto. *BARIK: Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 52–65.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran terhadap penjualan ikan kering pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1530–1538.
- Dhani, A. A., & Ambarwati, D. A. S. (n.d.). The influence of product packaging design and social media advertising on purchase intention (Study on users of Kahf branded care products).
- Diza, R. F., Putri, R. A., Arjuna, S., Dewa, I. P. R., & Sari, V. N. (2024). Identifikasi masalah yang dihadapi dan solusi terhadap UMKM (Toko aksesoris depan kampus UPI YPTK Padang). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(5), 1401–1406.
- Erlangga, H., & Erlangga, H. (2021). Effect of digital marketing and social media on purchase intention of SMEs food products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 3672–3678.
- Febriyanti, D., & Arma, A. R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli bakso bakar pada usaha mikro kecil di Kelurahan Lasoani. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(3), 420–427.
- Hawaladar, I. T., Ullal, M. S., Sarea, A., Mathukutti, R. T., & Joseph, N. (2022). The study on digital marketing influences on sales for B2B start-ups in South Asia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 23.

- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan bauran pemasaran pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314–322.
- Istianah, R. (2022). Pengembangan desain kemasan produk makanan merek Krispy Yammy Babeh. *IRAMA: Jurnal Seni Desain dan Pembelajarannya*, 4(1), 33–44.
- Istianah, R. (2024). Perancangan desain kemasan produk kacang goreng renyah Panineungan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 1987–1991.
- Janah, U., & Ariyanti, O. (2024). Manajemen pemasaran ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan produk UMKM singkong jelaku. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 3(1), 11–18.
- Meliana, N. I. N. G. T. I. A. S. (2021). *Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Abian Tubuh (Studi kasus di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Pomantow, G. V., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2019). Analisis segmentasi, targeting, dan positioning terhadap keputusan pembelian produk Maxx Coffee di Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Pratama, G. S. P., & Bahiroh, E. (2023). Peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2389–2392.
- Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan desain kemasan sebagai media promosi produk kuliner tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1).
- Putri, S. S. (2022). Digital marketing sebagai optimalisasi strategi pemasaran wirausaha muda “Clothing PRJBus” dalam meningkatkan omset bisnis UMKM. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 6(2), 65–70.
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equilibrium*, 9(2), 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*, 3(2), 403–410.
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Penerbit Scopindo Media Pustaka, Denpasar, Bali.
- Rohman, A. M. (2024). *Strategi digital fundraising untuk meningkatkan dana ZIS di Laz Al-Ihsan Jawa Tengah* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Widiawati, K., & Miliniati, N. (2022). Implementasi bauran strategi pemasaran produk “Meat” berdasarkan analisis SWOT pada PT. Dua Putra Perkasa Pratama. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*, 9(1).
- Wijayanti, R., Riyani, S., & Affandi, A. (2023). Analisis segmenting, targeting, positioning, dan marketing mix dalam meningkatkan penjualan pada House of Elena Fashion Wonosobo. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(2), 67–77.
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh viral marketing, food quality, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3), 431–441.
- Yola, L. F. (2022). *Pengaruh digital marketing, brand image dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah di BSI Kota Tangerang* (Bachelor’s thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta).