

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. M. (2020). *manajemen pemasaran umkm dan digital sosol media*. jakarta: CV BUDI UTAMA.
- Fasha, A. F., robi, m. r., & windasari, s. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli brand ambassador dan brand image (literature Review manajemen pemasaran). *jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, VOL 9, NO 12 30-42.
- Juliana, R., surabagiarta, K., & Purnaningrum, E. (2021). pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman COFFEE DI CYCLO SIDOARJO. *jurnal of sustainability business research*, VOL 2 NO 1 185-193.
- Khabibi, N. (2020). Pengaruh kemasan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek santri. *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 1-14.
- Laksana, F. (2019). *praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: khalifah mediatama.
- Lestari, F. A., & novita, D. (2020). PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA . *Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)* , 161-165.
- M, M., & Latif, ., L. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi . *To Maega Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 91-98.
- Muslikah, H. H. (2019). pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sariayu putih langsung. *kinerja jurnal ekonomi dan desain bisnis Vol 2 NO. 1*, 17-35.
- Stiawan, M., & lumbantobing, R. (2017). pengaruh promosi dan keputusan pembelian produk chitato yang dimediasi oleh brean awerness. *jurnal manajemen bisnis* VOL 12, 75-87.
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif kualitatif*. yogyakarta: ALFABETA.
- Uchyani, R., & Heru Irianto. (2016). pengembangan pasar produk olehan kacang melalui perbaikan kemasan. *AJIE- asian jurnal of innovation and entrepreneurship* VOL 01, NO 01, 62-67.