

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, M. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis. *Retrieved from Sekawan Media*.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, Vol. 10 No. (1), 20-27.
- Atmoko. Instagram. <https://portal-uang.com/instagram/>. 24 April 2022
- Dermawan, F. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1 No. (01), 25-32. Diakses pada 22 April 2022.
- Instagram (2022). <https://adalah.co.id/instagram/>. Diakses 18 April 2022
- Kemasan(2016) <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsikemasan> 15 April 2022.
- Kemasan (2017). <https://www.seputarpengetahuan.co.id> 18 April 2022.
- Kemasan. <https://genemil.com/pengertian-kemasan/>. 18 April 2022
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Vol. 16 No. (2).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanti, L. (2021). Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan terhadap Variasi Produk dan Kemasan Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Vol. 3 No. (2), hlm 104-112.
- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. D. (2021). Dampak Promosi Produk Pada Pemasaran Online. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, Vol. 5 No.(1). Diakses 23 Maret 2022.

- Nurhayati, I. K., Saputri, M. E., Aprianti, A., & Wirasari, I. *Program Pemberdayaan Keluarga Miskin Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Karamat Mulya Melalui Penguatan Kelompok Usaha Bersama Dinas Sosial Jawa Barat*.
- Promosi 2022. <https://www.studinews.co.id/pengertian-promosi-menurut-paraahli>
15 April 2022.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo. Diakses 23 April 2022.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, Vol. 3 No. (1), hlm 71-80.
- Putri, N. A. (2016). Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Vo. 1 No. (1), hlm 1-10.
- Roni, M., & Nuraeni, R. (2021). Efektivitas Akun Instagram@ bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *eProceedings of Management*, Vol. 8 No.(3).