

## REFERENCES

- Abdullah, S. I. N. W., Teng, P. K., Heng, B. L. J., Subramaniam, K., Yuling, J., & Shoep, A. M. A. (2023, April). Effect of marketing mix strategies on the buying behaviour of organic products: Comparison between consumers in Malaysia and China. *In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 1165, No. 1, p. 012007). IOP Publishing. DOI : 10.1088/1755-1315/1165/1/012007
- Akbar, F. P., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Umkm Snack Ss Nganjuk. *Desgrafia*, 1(1), 94-106.
- Anggraeni, T. C., Widjayanti, W., & Puspita, A. B. I. (2023). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 40-51.  
<https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.428>
- Ardiansyah, M., & Jerry, J. (2023, September). Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile TK Kristen Tabqha Batam Dengan Metode MDLC. *In National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 5, No. 1, pp. 1128-1136). <https://doi.org/10.37253/nacospro.v5i1.7979>
- Arimurti, R., Raflah, W. J., & Rambe, A. N. (2024). Pendampingan Pembuatan dan Implementasi Media Campaign melalui Utilization Marketplace untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk-Produk Bumdes Kuala Alam. *Tanjak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).  
<https://doi.org/10.35314/tanjak.v5i1.4118>
- Asfahani, A., Pasaribu, A. A., & Suwarna, A. I. (2023). Pendampingan UMKM melalui Penyediaan Lapak dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 31-41.
- Asra, Y., Maulana, H. A., & Adam, A. (2023). The Infulence of Online Marketing on Increasing Sales and Brand Awareness of MSME Product. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 3(2), 255-258.  
<https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v3i2.3791>
- Augusta, N. F., Setiawan, A. A., Nugroho, F. S., Prameswari, Z. K., & Maesaroh, S. S. (2023). Analisis Pelaksanaan Kerja Sama Sponsorship terhadap Peningkatan Brand Awareness Pihak Sponsor. *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 7(2), 97-108. DOI: 10.30595/jssh.v7i2.17526

- Buntu, B. (2023). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Profitabilitas Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 1-14. <https://doi.org/10.55049/jeb.v15i1.142>
- Chusnaini, A. C., & Rasyid, R. A. (2023). The Effect Of Sponsorship Suitability On Music Festival Events. *Accounting and Management Journal*, 7(1), 51-56. <https://doi.org/10.33086/amj.v7i1.4088>
- Erpurini, W., Ramadhan, I. K., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 95-107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Halim, H., Yakob, N. A., Majid, M. S. A., Dawood, T. C., Adam, M., Indriani, M., & Riyaldi, M. H. (2023). Training and International Exhibitions: Building the Competitiveness of MSMEs through Increasing Productivity. *IJCS: International Journal of Community Service*, 2(2), 150-159. <https://doi.org/10.55299/ijcs.v2i2.603>
- Hasiah, K., Zakariah, A., & Novita, N. (2024). Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 23-34. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i1.676>
- Hulu, Y. W. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 807-819. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49040>
- Ijomah, T. I., Idemudia, C., Eyo-Udo, N. L., & Anjorin, K. F. (2024). Innovative digital marketing strategies for SMEs: Driving competitive advantage and sustainable growth. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(7), 2173-2188. DOI: 10.51594/ijmer.v6i7.1265
- Janah, W. I. I., & Nugraeni, N. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Warung Kelontong di Dusun Kuncen Tegaltirto Berbah Sleman. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 407-412. <https://doi.org/10.54082/jippm.81>
- Kamila, A. T., Alzahra, H., Zakaria, Y., Erina, E., & Silviani, M. (2024). Pagelaran Umkm Expo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk Kerupuk Antias Desa Pakapasan Hilir. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1026-1032. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.8126>
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai

Integrated Marketing Communication Pada Umkm Binaan Pt. Pertamina Hulu Rokan. *In Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 8, No. 2, pp. 146-152).

Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593-614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>

Nawawi, I. (2023). Reportase EBC Expo Binus University at Malang Town Square. <https://doi.org/10.31219/osf.io/x5mfe>

Norhikmah, N., & Rianda, F. R. (2023). Pelatihan dan Pemanfaatan Video Company Profile sebagai Media Promosi pada Taman Belajar di Karanganyar. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 333-338. <https://doi.org/10.54082/ijpm.243>

Novita, Y., Fera, F., & Dewi, P. C. (2023). Dampak Promosi Program Katalog Cinta Produk Lokal Sigi Terhadap Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Sigi. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(1), 37-41. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i1.111>

Ompusunggu, D. P., & Nanda, M. (2023). Efektifitas Manajemen Keuangan UMKM di Kota Palangka Raya Sebagai Strategi pada Masa New Normal Covid-19. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(2), 01-07. <https://doi.org/10.56910/jvm.v9i2.277>

Rachmat, S., Malihah, E., & Andari, R. (2023). Pengelolaan Event Pameran Berbasis Collaborative Governance:(Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Baby & Kids Expo 2020). *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 12-20. <https://doi.org/10.34013/jett.v3i1.1056>

Rindiani, F., Putri, H. M., Rhositawati, N., & Carmidah, C. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 01-14. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.711>

Shokhikhah, N. S. T., Aprillia, R. P., Sabila, A. R., Yulianto, A., Janah, A. A., Anjani, N. N., & Andriani, A. (2023). Pendampingan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Melalui Program SEHATI. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 546-553. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.525>

Suhairi, S., Irmawani, D., Aisah, M. N., Purba, S., & Nasution, A. M. (2023). Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen.

*Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(1), 42-51.  
<https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i1.72>

Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183-195.  
<https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>

Utami, R., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 97-109.

Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.

Wibowo, T., & Hendardi, I. (2023, September). Perancangan dan Implementasi Video Profil Autoban Menggunakan Metode MDLC. *In National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 5, No. 1, pp. 912-918). DOI: 10.37253/nacospro.v5i1.7977

Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.  
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957>

Yunitasari, D., Rohmah, L., Ningsih, D. F. C., Afiyana, R. L., & Febrianti, N. A. (2023). Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl. Dhoho Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 259-269.  
<https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.392>