

## REFERENCES

- Alisatul Aini. (2024). Liaison Officer (LO): Definisi, Tugas, Kualifikasi, dan Skillnya. Glints Blog, <https://glints.com/id/lowongan/liaison-officer/>.
- Arimurti, R., Raflah, W. J., & Rambe, A. N. . (2023). *Determining Factors of Consumer Purchases Decisions in MSME BUMDesa Kuala Alam Bandar Jaya*. . Journal Economy and Currency Study (JECS), : 5(2), 105-112. <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i2.1605>
- Asra, Y. (2023, November). Business Planning And Production Crispy Bread (Marketing Aspect). In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 751-757). <https://eprosiding.snit-polbeng.org/index.php/snit/article/view/429>
- detikevent. (2022). Menyingkap Kerennya LO: Apa itu Liaison Officer dalam Event? detikevent, <https://event.detik.com/blog/239/menyingkap-kerennya-lo--apa-itu-liaison-officer-dalam-event->
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39, in Pratama, W. C. T., Barokah, S., & Ramlah, S. (2023). Sosialisasi Penggunaan Digital Marketing sebagai Media Promosi Pada UMKM Dapur Arum di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(11), 1159-1165.
- Farida, I., Suharti, T., & Yudhawati, D. (2019). Analisis Metode Common Size Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada Perusahaan. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 56. <https://doi.org/10.32832/Manager.V2i2.2561>, in Rayo, D., Rundupadang, H., & Mantong, A. (2023, June). Analisis Laporan Keuangan Berdasarkan Metode Common Size Pada PT. Sentra Food Indonesia, Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 116-134).
- Fathanul, V. (2022). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's.(Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta), in Fadillah, F., Monza, D., Maulana, M. S., & Anshory, M. N. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pendekatan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Kota Pekanbaru: Studi Kasus Pada Usaha Dapur Memsye. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 30-33.
- Hanan, K. (2020). Manajemen Pemasaran & Promosi Bisnis. Kalam Hanan, in Matusin, I. O. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Purchase

Intention: Dimoderasi Brand Equity. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3713-3722.

Hans Kartikahadi., dkk. (2016). SAK Berbasis IFRS Buku 1 Akuntansi Keuangan Menengah. Jakarta : Salemba Empat, in Rindani, J. (2023). Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah Pada Toko Awal BB. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 19-23.

Hasanah Nuramali dkk., (2020). Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia, in 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.

Hasanti, I. D. (2019). Analisis Komunikasi Organisasi antara Event Project Team dan Account Executive di Event Twisbless. Jakarta: STIKOM the London School of Public Relations, in Ardianto, T. N., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Cv Cn Corporation dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Pandemi Covid-19. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).

Hasanuh, Nanu. (2011). Akuntansi Dasar Teori dan Praktik. Jakarta: Mitra Wacana Media, in Bani, B. (2022). Analisa Pengaruh Net Working Capital dan Net Sales Terhadap Earning Before Interest and Tax (EBIT) Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 38-47.

Hery. (2014 ). Akuntansi Dasar 1 dan 2. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, in Salmaniar, A. (2023). Evaluasi Penerapan Software Jurnal. Id Dalam Menunjang Pencatatan Laporan Laba Rugi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 965-976.

Hery. (2016). Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, in Cahyadi, R. T., Lembut, P. I., Oktariani, F., & Pratama, B. B. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Gedhang Nugget Malang. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 4(2), 69-78.

Hussain, H. N., Alabdullah, T. T. Y., Ries, E., & Jamal, K. A. M. (2023). Implementing Technology for Competitive Advantage in Digital Marketing. *International Journal of Scientific and Management Research*, 6(6), 95-114.

idebiz. (2023). Pengertian Liaison Officer (LO). Idebiz, <https://idebiz.id/pengertian-liaison-officer-lo/>

- Idris, M. (2021). Apa yang Dimaksud Neraca, Neraca Lajur, dan Neraca Saldo?. in Hardiyanti, S. E. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Pelaku Usaha Jamur Tiram di Desa Cibitung Kecamatan Munjul Kabupaten Pandeglang. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(4), 761-770.
- Juniansyah, Bayu Dwi, Erliyan Redy Susanto, and Agung Deni Wahyudi. . (2020). 14(1):41–46, in Rizal, K., Alkhalifi, Y., Fibriany, F. W., & Rachmawaty, Z. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Jasa Event Organizer Berbasis Website Menggunakan Metode RAD. *Jurnal Teknik KomputerAMIK BSI*, 8(01), 7-14.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In Pearson, in Implementation of Marketing Mix on Purchasing Decisions in the Mixue Comal Drink Industry, in Harikha, N. S., Aji, G., Fahreza, I. A., & Fiana, F. Q. (2024). Implementation of Marketing Mix on Purchasing Decisions in the Mixue Comal Drink Industry. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 4(1), 19-24.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2 Edisi 12. PT Indeks: Jakarta, in Pranindyastuti, T., & Ni'Mah, F. S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Hp (Studi Kasus: Gajah Mungkur Cell Pangkalan Bun). *Magenta*, 11(2), 103-117.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks, in Budiarti, R., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 01-14.
- Kurniawan, Nicky. (2021). Skripsi Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Kabupaten Siak. Tahun 2021, in Sari, W. N., & Magdalena, M. (2023). Digital Marketing, Traditional Marketing, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Penjualan Donat Nagoya Di Kota Padang. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 2(02), 216-226.
- Malau Herman, . (2017). Manajemen Pemasaran. Alfabeta, Bandung, in Tambunan, D. R., & Effendi, Y. (2024). Analisis Promosi Online, Kesesuaian Harga Terhadap Minat Beli Ekploratif Masyarakat Di Shopee Shop. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(3), 515-523.

- Manik, E., Oktafani, F., Sari, D. A. P., Widiyawati, W., Pidola, V. A., Susiyanto, S., Suryawardani, B., Zulfikar, M., & Febrianty, F. . (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer (Teori Dan Praktis). . In M. T. Rambe (Ed.), CV Widina Media Utama, in Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis.
- Marwanto, I. G. G. H., Rahmadi, A. N., & Yap, N. (2023). Evaluation of Micro, Small And Medium Enterprises (MSMES) Financing Policies For MSME Actors In Yogyakarta. Return: Study of Management, Economic and Bussines, , 2(5), 456-462.
- 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). <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/1234>
- Meiliya, A., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Pengembangan UMKM Indogift Di Surabaya. *Economic and Business Management International*, , 6(1), 1–8, in Amir, S. P., & Muhammad, A. (2024). Pembuatan Katalog Produk Digital Di Instagram Sebagai Media Promosi Pada Kopi Loka. *Admit: Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 139-157.
- Miftahun Nadzir, M. (2016). Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati: Studi Kasus Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta, in Darmawan, A. (2024). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Event Organizer Future Work House di Provinsi Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Munawir. (2014). .Analisis laporan keuangan. Yogyakarta: Liberty, in Inosensia, M. Y., Dekrita, Y. A., & Obon, W. (2023). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Koperasi (Studi Pada Koperasi Yang Terdaftar Pada Pusat Koperasi Kredit Swadaya Utama Maumere Periode 2014-2019). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 01-17.
- Nadya, R., Poetri, D., Putri, T. N., Caroline, N. M., Susanto, T., Valentino, N., & Utami, G. I. (2021). Strategi Promosi Pada Media Digital / Online. 3, 61–65, in Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.

- Nata, O. (2021). Strategi Promosi Pt. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah, in Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). Jurnal Emt Kita, 6(1), 21-34.
- Novrianda Syarif. (2022). UMKM: Apa Saja Kriteria Usahanya. infinity.id, <https://infinity.id/blog/bisnis/kriteria-umkm-di-indonesia>
- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Mcdonald ' S Delta Plaza Surabaya. J. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, , 5(4), 1–17, in Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). Jurnal Emt Kita, 6(1), 21-34.
- Ostrand, Nicole. (2022). Overseas Immigration Liaison Officers: ‘Knowledge Brokers’ and Transnational Spaces of mid-Level Negotiations Shaping Extraterritorial Migration Control Practices. Migration Studies, 10 (1): 41–61. doi:10.1093/migration/mnac004.
- Pangkey, I. S., Mulyono, H., & Kalangi, J. S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Pelanggan Event Organizer Onet Twenty One Organizer Desa Suwaan Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. Acta Diurna Komunikasi, 3(2), in Ardianto, T. N., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Cv Cn Corporation Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Pandemi Covid-19. Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2).
- Panjaitan, C.P. (2020). Pengaruh Penambahan Sari Buah Bit (Beta Vulgaris) Terhadap Daya, in Suda, I. M. H. D. W., & Widhyandanta, I. G. D. S. A. (2023). Kualitas Donat Berbahan Campuran Tepung Biji Bunga Matahari. Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2(7), 1664-1670.
- Pradini, G., Lutfiana, H., & Awaloedin, D. T. (2024). The Role of Public Relations In Improving Environmental Quality Through Green Marketing Stuja Coffe Jakarta. International Journal of Education, Information Technology, and Others, 7(2), 174-183.
- Pradipta, I. B., Dienaputra, R. D., & Septiani, A. (2021). Fashion Streetwear Sebagai Penunjang Musisi Indie di Kota Bandung (1990-2004). Titian: Jurnal Ilmu Humaniora, 5(1), 79-100, in Parhusip, V. T. M., Wolor, C. W., & Marsofiyati, M. (2023). Analisis Peluang Usaha Event Organizer. Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 2(7).

- Prihastuti, A. K. K., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Common Size Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 11. <https://doi.org/10.23887/Jjpe.V11i1.20040>, in Rayo, D., Rundupadang, H., & Mantong, A. (2023, June). Analisis Laporan Keuangan Berdasarkan Metode Common Size Pada PT. Sentra Food Indonesia, Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 116-134).
- Rahmawati, I. F., Roswaty, R., & Lazuardi, S. (2024). Pengaruh Strategi Event Marketing, dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1266-1278.
- Ramadhani, F., & Syah, F. (2024). The Role of Public Relation in Organizing Webinar: Effectiveness of Workflow in a Seemore Event Organizer: Peranan Public Relation Dalam Penyelenggaraan Webinar: Efektivitas Alur Kerja Pada Seemore Event Organizer. *Bisnis Event*, 5(18), 40-47.
- Rizal, K., Alkhalifi, Y., Fibriany, F. W., & Rachmawaty, Z. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Jasa Event Organizer Berbasis Website Menggunakan Metode RAD. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 8(01), 7-14.
- Saharani, A., & Indayani, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sidoarjo. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21(2023). <https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.778>, in Anggraini, O. N., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Shopeepay di Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 15-15.
- Saptaria, L., Mukhlis, I., & Murwani, F. D. (2023). Bibliometric Analysis of Internationalization Strategies in Supporting MSME Business Growth in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 4(2), 207-222.
- Saputra, J. P., & Pribadi, J. D. (2019). Pembuatan Media Pemasaran Langsung Dalam Bentuk Katalog Produk Dengan Menggunakan Photoshop Di Peaberry Coffee Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, in Suwandi, H. A., & Sudjanarti, D. (2024). Pembuatan Katalog Produk Menggunakan Canva Sebagai Media Promosi Pada Warkop R. Basman Malang. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(1), 28-36.
- SEEK Limited. (2024). Apa Itu Event Organizer? Inilah Tugas dan Cara Kerjanya! <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/event-organizer>

- Sirait. (2014b). Pelaporan dan Laporan Keuangan. Graha Ilmu, in Nababan, I. A., & Susanto, H. (2022). Analisis Laporan Keuangan Laba Rugi PT Pelindo Regional 1 Belawan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 3464-3475.
- Sufi, S.Y. (2009). Sukses Bisnis Donat. Jakarta : Kriya Pustaka, in Putra, M. R. (2022). Kualitas donat dengan penambahan nasi putih sebagai bahan pelembut: Donuts quality with the addition of white rice as softener. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(7), 1901-1910.
- Susanto, Mikke. (2016). Menimbang Ruang Menata Rupa, Edisi Revisi. Bandung, in Rupa, J. S. (2022). Instagram Sebagai Media Penyajian Project Dan Karya Seni Pada Praktik Pameran Online Siswa Kelas Ixd Smpn 31 Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 10(3), 57-69, in Rupa, J. S. (2022). Instagram Sebagai Media Penyajian Project Dan Karya Seni Pada Praktik Pameran Online Siswa Kelas Ixd Smpn 31 Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 10(3), 57-69.
- Suseno, KRMT. I. K. (2013). Cara Pintar Jadi Event Organizer,. Penerbit: Galang Press. Yogyakarta, in Parhusip, V. T. M., Wolor, C. W., & Marsofiyati, M. (2023). Analisis Peluang Usaha Event Organizer. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(7).
- Susiani, Desi. (2009). “Profil Fisik Atlet Taekwondo Sleman Pada Porprof DIY 2009.”.
- Syahbani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., Harto, H., Salsabila, G. S., Nurhaliza, S., & Ardan, T. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 259-266.
- Syahrial, N. W. N., & Nurhayati, N. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi di Bank Mandiri Surapati Bandung. *Prosiding Akuntansi*, 290-296, in Sopiya, M., Budiman, S. A., & Mulyani, N. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi dan Budaya dalam Organisasi terhadap Laporan Keuangan Akuntansi di Era Pandemi Tahun 2021. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 77-85.
- Syamsuri, Jefriyanto, W., Sudirman, Sukmawati, R., Herlina, R., Rezeki, U. S., ... Ramady, G. D. (2023). Media Pembelajaran Berbasis Digita, In Wijaya, F. J. M. (2022). Profil Atlet Senam Aerobik Umi Sri Haryani Dalam Pencapaian Prestasi. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 5(1), 116-119.
- Trinugroho, R. (2017). Beban Kerja, Waktu Kerja dan Konflik Peran: Study Stress Kerja. Pada Event Organizer. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, in

- Ardianto, T. N., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi Event Organizer Cv Cn Corporation Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Pandemi COVID-19. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Wardani, E. (2018). Analisis Laporan Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Menggunakan Metode Common Size Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iv Kebun Laras, in Rayo, D., Rundupadang, H., & Mantong, A. (2023, June). Analisis Laporan Keuangan Berdasarkan Metode Common Size Pada PT. Sentra Food Indonesia, Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 116-134).
- West, A. (2017). The Ethics of Professional Accountants: An Aristotelian Perspective *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-09-2015-2233>, 30(2), 328-351, in Saputro, D. S. H., Riharjo, I. B. R., & Ardini, L. (2023). Dilema Etis Akuntabilitas dalam Keputusan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(1), 109-126.
- Winarsih, Indriastuti, M., & Fuad, K. (2021). Impact of covid-19 on Digital Transformation and Sustainability in Small and Medium Enterprises (SMES): A Conceptual Framework. In *Complex, Intelligent and Software Intensive Systems: Proceedings of the 14th International Conference on Complex, Intelligen*. Springer International Publishing, (pp. 471-476), in Sugiharto, B. H. (2024). The role of e-commerce for MSMEs as a digital marketing strategy in facing industrial revolution 4.0. *Management Studies and Business Journal (Productivity)*, 1(1), 99-107.
- Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam, in Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.
- Yusuf Abdhul Azis. (2021). Pengertian Liaison Officer: Tugas dan Tanggung Jawab. <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-liaison-officer-tugas-dan-tanggung-jawab/>
- Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the Effect of the Marketing Mix on Purchasing Decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177-182.
- Yuwono, T., Tajudin, T., Triwibowo, R. N., Sefiani, H. N., & Anggaraksa, W. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Pendampingan Legalitas Untuk Mengembangkan Usaha UMKM Entrepreneur Expo UNAIC. . *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 6(1), 36-42.

Zafhari, Z. (2019). Analisis Common Size Sebagai Alat Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt. Pelindo I Cabang Tanjung Pinang, in Rayo, D., Rundupadang, H., & Mantong, A. (2023, June). Analisis Laporan Keuangan Berdasarkan Metode Common Size Pada PT. Sentra Food Indonesia, Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 116-134).