

REFERENCES

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2), 5-8. <http://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/jppmi/article/view/386>
- Alexander, Y. L. 2023. Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produk Perusahaan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(2), 635-636. <https://www.journalstkipgrisitubondo.ac.id/index.php/PKWU/article/view/833/542>
- Aliyah, A. H. 2022. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1). <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare/article/view/4719>
- Andre, D. 2023. “Katalog Adalah: Definisi, Manfaat, Jenis dan Cara Membuatnya”. Toffeedev.com. https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/katalog-adalah/#Jenis-Jenis_Katalog
- Ariyanto, A., et al. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. Accessed on November 17, 2024 from <https://repository.penerbitwidina.com/publications/560444/manajemen-pemasaran>
- Basnet, S. D. & Anisatul A. 2022. Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 20-30. Accessed on November 17, 2024 from <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/JTEC/article/view/31>
- Bernaldo, B., et al. 2023. Analisis Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Mixue di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 54-63. Accessed on December 17, 2024 from <http://jurnalisticomah.org/index.php/jpmi/article/view/138>
- B Swastha, & TH Handoko. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Tulungagung: Repo IAIN Tulungagung. Accessed on November 17, 2024 from <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22110/5/BAB%20II.pdf>
- Budihardja, L., and Sitinjak, T. 2022. Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1-8. Accessed on December 15, 2024 from <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/870>

- Dwinanda, G., & Yuswari, N. 2020. Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 122. Accessed on November 18, 2024 from <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/690>
- Fawzi, M. G. H., et al. (2022). *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)*. Banten: Pascal Books. Accessed on December 11, 2024 from https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=73hjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+pemasaran+adalah&ots=YRAMZTDDfx&sig=3z8_6XeLS_2iTVKn7xxgndR2Xpc
- Fitriano, Y. 2022. Pelatihan Penyusunan Lapaoran Keuangan Pada Usaha UMKM Pabrik Tempe A-Zaki Bengkulu. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(1). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jdm/article/view/2075>
- Gulo M., et al. (2022). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction In Cv. Golden Mart Gunungsitoli City. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1290-1298. Accessed on January 31, 2026 from <https://share.google/gjSWzRDuRwzfPAInh>
- Hasan, S. 2022. *Manajemen Keuangan*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=LXKCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Samsurijal+Hasan+laporan+keuangan+adalah+menulis+dokumen+atau&ots=PQWSglnn76&sig=ZZyJyQZXb2jWift0OZ8NAGoN_Zs
- Husnaa, A.A. 2022. Perancangan Buku Company Profile Umkm Yustica Hijab. *Proceeding Seminar Nasional Teknologi Cetak Dan Media Kreatif (Tetamekraf)*, 1(2). Diakses pada 19 November 2024 dari <http://prosidingold.pnj.ac.id/index.php/TETramekraf/article/view/4667>
- Kamila, A.T., et al. 2024. Pagelaran UMKM Expo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk Kerupuk Antias Desa Pakapasan Hilir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1269. Accessed on November 11, 2024 from <http://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/8275>
- Ipin, C. 2023. “Apa itu Expo dan apa manfaat serta tips untuk mengikuti Expo?”. Matadigital.net. Accessed on November 19, 2024 from <https://matadigital.net/apa-itu-expoadalah/#:~:text=Ada%20berbagai%20jenis%20expo%2C%20seperti%20Expo%20Industri%2C%20Expo.jenis%20expo%20memiliki%20fokus%20dan%20tema%20yang%20berbeda-beda.>

- Jaya, A., et al. 2022. *Manajemen Keuangan*. Padang Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022. <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2992/MANAJEMEN%20KEUANGAN%20-743.pdf?sequence=1>
- Juanda, R., et al. 2023. The Influence of Growth of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) and Unemployment on Growth Indonesian Economy. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBA)*, 3(1), 2809-4713. <https://www.academia.edu/download/104093072/551.pdf>
- Kamsidah. 2023. Pentingnya Pembukuan Keuangan Untuk UMKM. Accessed on December 11, 2024 from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/16388/Pentingnya-Pembukuan-Kuangan-Untuk-UMKM.html>
- Kuncoro, Ibnu Rubianto Santriawan. 2023. “Liputan EBC Expo BINUS Malang”. Preprints. Accessed on November 19, 2024 <https://osf.io/preprints/osf/h8f9e>
- Lailia, V.R. and Dwiridotjahjono J. 2023. Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 1(2), Page: 01-10. Accessed on December 11, 2024 from <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jmss/article/view/161>
- Lesmono, R. 2024. “Definisi Pameran Menurut Galeri Nasional: Menyajikan Karya Seni yang Memukau dan Mendidik”. Reda Samudera.id. Accessed on November 19, 2024 from <https://redasamudera.id/definisi-pameran-menurut-galeri-nasional/>
- Lestari, A. and Aslami, N. 2022. Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 21(2), 80-89. Accessed on December 11, 2024 from <https://journal.laaroiba.com/index.php/mk/article/view/882>
- Lestari, R., et al. 2022. The Effects of Digital Marketing, Entrepreneurship Orientation, and Product Innovation on Competitive Advantage and Its Impact on the Marketing Performance of Talas Bolu Sangkuriang in Bogor City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 2081-2087. Accessed on December 11, 2024 from <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/3809>
- Nugroho, B S., et al. 2023. Pelatihan taktik pemasaran, pembuatan design produk, dan optimalisasi produksi kinerja UMKM tenong sari pangan Karanganyar. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol. 5,

Page: 867. Accessed on November 11, 2024 from <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/Sentrikom/article/viewFile/4735/108759>

Mujahidin, M., et al. 2024. The Influence of Social Media Sales Intensity and Competency on the Improvement of Business Performance Satisfaction in MSMEs. *Elsevier*, Vol.234, Page: 869-875. Accessed on December 11, 2024 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050924004320>

Mulyana, A., et al. 2023. *Manajemen Keuangan*. Widina Media Utama: Bandung. Accessed on December 11, 2024 from <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=sWDZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=MANAJEMEN+KEUANGAN+adalah&ots=wxKbqQCilW&sig=HDExwntxJxduEgoIzwSB8qqGLac>

Nainggolan, E. GM. 2022. Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Qris Dikota Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 4(1). Accessed on December 11, 2024 from <http://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/168>

Nancy, Y. 2023. “Apa itu Strategi Pemasaran 7P dan Contohnya?”. Tirto.id. Accessed on November 18, 2024 from <https://tirto.id/apa-itu-strategi-pemasaran-7p-dan-contohnya-gNGU#:~:text=Strategi%20pemasaran%207P%20terdiri%20dari%20product%2C%20price%2C%20promotion%2C,bisa%20dijelaskan%20melalui%20contoh%20kasus%20pemasaran%20sebuah%20produk>.

Ningsih, A.S. and Nurfarida, I. N. 2022. Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran mediasi kepuasan pelanggan. *MBR: Management and Business Review*, 6(1), 81-90. Accessed on December 25, 2024 from <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr/article/view/6962>

Nugraha, M. A. & Sudiarti, S. 2022. Analisis Promotion Mix terhadap Pemasaran Layanan Kontruksi pada Pt Khafi Multi Perkasa. *MES Management Journal*, 1(2), 97-107. Accessed on December 11, 2024 from <https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mesman/article/view/30>

Nurfitri, R & Sudartono, T. 2023. The Impact Of The Promotion Mix On Purchase Decisions By Consumers On Tiktok Social Media @Anaira.Official. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2417-2425. Accessed on December 11, 2024 from <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/2003>

Ompusunggu, D. P. & Irenetia, N. 2023. pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, Vol.3,

- No.2, Page: 140-147. Accessed on December 11, 2024 from <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/1129>
- Rahayu, S & Faulina S. T. 2022. Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1). <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/568>
- Rimadias, S., et al. 2022. Pengembangan Usaha Mikro D'perez 77 Es Jeruk Sonkit Kiamboi melalui Strategi Promosi. *Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 93-107. Accessed on November 19, 2024 from <https://edujavare.com/index.php/Assoeltan/article/view/124>
- Sasmita, E. 2022. Analisis Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa Berdasarkan Teori Ekonomi Politik. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(1). Accessed on November 19, 2024 from <http://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/risma/article/view/181>
- Sitanggang, Debora DKP. 2022. *Company Profile Adalah: Contoh, Susunan, dan Cara Membuat yang Benar*. Detikjabar.com. Accessed on December 11, 2024 from <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6280455/company-profile-adalah-contoh-susunan-dan-cara-membuat-yang-benar>
- Swara, Ni Putu KKBP et al. 2024. Peran Kualitas Layanan Dan Customer Experience Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 6(2), 120-134. <https://www.ejournalwarmadewa.id/index.php/wmbj/article/view/10493>
- Sope, A. S. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi (JIBEMA)*, Vol. 1, No. 2, Page: 98-99. Accessed on November 17, 2024 from <https://jibema.murisedu.id/index.php/JIBEMA/article/view/56>
- yafitri, T. M., et al. 2024. Pendampingan Edukasi Pembukuan Transaksi Keuangan Sederhana pada Kelompok Tani Jaya Bersama Desa Tanjung Dalam Curup Selatan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 134-142. Accessed on December 11, 2024 from <https://sunanbonang.org/index.php/jp2m/article/view/222>
- Yaniar, N. 2022. Analisa Pengaruh *Financial Technology* dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Keuangan dan Keberlangsungan Usaha UMKM di Surabaya. Page: 63-64. Accessed on November 17, 2024 from <http://repository.narotama.ac.id/1507/>