

REFERENCES

- Adam Muarif, Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis faktor keberhasilan event organizer dalam menyelenggarakan acara (Studi kasus CV Soundtrack Indonesia). *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 1–8. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.414>
- Arrabal, A. K., Cardoso, R. S., Wiggers, V. R., & Colombo, A. P. (2022). Digital transformation in university technology expo: Resources and entrepreneurial development. *Revista de Administração Mackenzie (RAM)*, 23(5), eRAMR220093. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMR220093>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Cahyaningsih, N. I. M. R. (2025). *Peran liaison officer trainee Generasi Z pada event skala internasional oleh CV Phenomınca Radharani (Phenom Event Indonesia)* [Skripsi, Politeknik Negeri Bali]. <https://repository.pnb.ac.id/18826/>
- Dewi, R. S., Amri, A., & Winda. (2022). Dukungan video marketing promotion dan brand awareness di PT Duta Swarna Dwipa. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.56881/senada.v3i1.144>
- Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). Implementasi strategi pemasaran digital dalam pengembangan bisnis di era digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Intan, Y., Yulia, Y., & Saragih, E. J. (2023). Pengaruh inovasi produk dan labelisasi halal terhadap loyalitas pelanggan pada Japanese pancake di Kota Pontianak. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)*, 2(1). <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>
- Lailla, N., & Sriminarti, N. (2022). The role of MSME marketing strategy in achieving competitive advantage. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3(C), 437–442. <https://doi.org/10.21070/pssh.v3i.142>
- Maharani, P. A. (2023). *Pentingnya pameran bagi pelaku bisnis*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nstx5>
- Purba, B. J., & Arfin. (2021). Analisis peranan liaison officer dalam pelayanan dan pengawasan secara mandiri pada kawasan berikat mandiri. *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(2), 197–206.

- Putri, A. D. Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi desain kemasan sebagai upaya peningkatan daya jual produk UMKM Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119–123.
- Ridlolloh, M. F. (2025). Peran konsultan bisnis dalam pengembangan UMKM dan implementasi Odoo ERP di PT Adaptiv Solusi Informatika. *Jurnal Sinabis*, 1(3). <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/195>
- Rizao, M. (2022). Analysis of the effect and relationship of expo organizations on the city: Expo 1998 Lisbon case. *11*(2), 85–95.
- RR. Siti Muslikhah, Maisaroh, Utami, T. L. W., Anindya, K. N., & Muzakir, M. F. A. (2023). Digitalization of business profile to promote qualified marketing system of SMEs' product. *Asian Journal of Community Services*, 2(8), 653–662. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i8.5620>
- Sari, D. M., Ahmad, R., & Irwansyah. (2022). Digital literacy readiness from the MSME perspective: Literature review. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 11(131), 51. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2022-11.06>
- Sari, P. N. (2023). Analisis laporan keuangan untuk mengukur kinerja keuangan PT Tunas Baru Lampung Tbk (2018–2020). *Jurnal Bisnis Darmajaya*. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/download/3534/1600>
- Setyawan, A. A., Saputra, B. W., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangsa, H. (2024). Impact of marketing events on customer satisfaction mediated by digital marketing and moderated by green marketing on MSMEs in Banyumas District. *7*(2), 339–356.
- Situmeang, I. V. O. (2021). Pengaruh paid promote terhadap minat beli: Survei terhadap followers diskon.indonesia. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 254–268.
- Subarkah, A., & Dayari, A. (2023). Pengaruh flyer promosi terhadap minat beli apartemen Gunungputri Bogor. *Jurnal Dasarupa*, 5(3), 16–21. <https://dasarupa.nusaputra.ac.id/article/download/172/152>
- Susanti, M., & Reza, H. K. (2022). Added value and ease of using Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(3), 715–723.