

REFERENCES

- Almadani, S., & Pratama, A. I. (2023). Promotion Strategy to Increase Sales in the Palm Cake Business in Jangkang Bengkalis Village. *Dalam Seminar Nasional Industri dan Teknologi (SNIT), Politeknik Negeri Bengkalis, September 2023* (hlm. 519-563). Politeknik Negeri Bengkalis.
- Amelia, C., & Radianto, W. E. (2021). Proses Perancangan Strategi Promosi: Studi Kasus pada Sebuah Start-up Business. *Business Management Journal*, 11(2), 60–81. <https://doi.org/10.30813/bmj.v11i2.626>
- Azzalina, Z., & Supriyanto, A. (2024). Peran Afek Positif untuk Meningkatkan Dorongan Pembelian secara Impulsif pada E-Commerce Shopee. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 2(1), 29–43.
- Citra, S. F., Nadila, K., Kurnia, P. R. ., & Puspita, A. P. I. (2023). Strategi Pemasaran Pony Plop PT. XYZ pada Periode 2022-2024 di Jabodetabek. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 90–108. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v3i1.81>
- Darmawan et al., (2024) " Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Event Organizer Future Work House di Provinsi Jambi": *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Vol.2, No.2 April 2024 e-ISSN: 2962-0813; p ISSN: 2964-5328, Hal 262-271 DOI: \https://doi.org/10.30640/trending.v2i2.2318*
- Deanova, S. and Yunita, T. (2023) ‘Strategi Pengembangan Usaha (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Swasta Kuliner Tempat Pariwisata’, *Cross-border*, 6(1), pp. 664–678.
- Fadhilah, A., & Maulana, H. A. (2023). Pembuatan Video Promosi Mitra Binaan UMKM PT. Kilang International RU II Sungai Pakning (Studi Kasus: Video Promosi). *Seminar Nasional Industri dan Teknologi (SNIT), Politeknik Negeri Bengkalis, September 2023*, 600–673.
- Fadhilah, J., Enggar Diah Puspa Arum, & Wiralestari. (2024). *The Effect of Business Capital, Financial Literacy and Social Media Usage on The Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Case Study of MSME Actors in the Culinary Sector in Jambi City)*. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences*, 2(1), 203–218. <https://doi.org/10.55927/ijems.v2i1.7576>
- Hasmanda, Y., Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). *Komunikasi pemasaran gramedia cabang sudirman dalam meningkatkan pengunjung di kota pekanbaru skripsi*.

- Hutomo Atman Maulana, & Yunelly Asra. (2023). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Integrated Marketing Communication Pada Umkm Binaan Pt. Pertamina Hulu Rokan. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 8(2), 146 - 152. Retrieved from <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/1234>
- Iswavigra, D. U., Endriani Zen, L., Okfalisa, & Hanim, H. (2023). *Marketing Strategy MSME Dengan CRISP-DM Clustering & Promotion Mix Menggunakan Metode K-Medoids*. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 45-54. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i1.260>
- Karimah, I., & Satrio, D. (2023). *Strategi Pemasaran Online Pada Bisnis Kuliner Untuk Meningkatkan Penjualan*. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis (SENESIS)*, 134–145.
- Meilany, M., & Winario, M. (2024). *Strategi Pemasaran Pada MSME Berbasis Kuliner (Studi Kasus: MSME Siti Hajar Kota Pekanbaru)*. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (Jutin)*, 7(1), 156–165. <https://doi.org/10.31004/Jutin.V7i1.23842>
- Merdika Mansur, D. (2021). Digital-based SME Innovation Development Strategy: Marketing, Entrepreneurship Insight and Knowledge Management. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 2(1), 65–84. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v2i1.179>
- Muhammad Wahyu Pratama, et al. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan MSME Sambel Moji. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 111–123. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Nawangarsi, L. C., Siswanti, I., & Soelton, M. (2023). Human Resources Management Strategy for Business Sustainability in Msmes. *Iccd*, 5(1), 514–518. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.599>
- Pratama, C. O. (2023). *Strategi Public Relations Penyelenggara Festival Film Islami Lampung 2021 Dalam Menarik Sponsorship* (Vol. 9).
- Pratiwi, A. (2022). Undergraduate Thesis Planning And Production Of Muffinku (Marketing Aspect). Applied Bachelor Thesis, State Polytechnic of Bengkalis
- Rivaldo, Y., Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). The Influence Of Brand Image, Promotion and Trust on Customer LoyaltyAt Bank BSINagoya Batam Branch. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2385–2392.
- Rizki Fajar, M., Suhud, U., & Febrilia, I. (2023). Analisis Variabel-Variabel Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pameran Sepatu Jakarta

- Sneakers Day. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1249–1270. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.602>
- Safitri, A., Sari, R. N., & Zenita, R. (2024). the Effect of the Use of Social Media , Digital Payments (QRIS) and Digital Marketing on Msme. *Riau International Conference on Economic Business and Accounting*, 1(1), 126–138.
- Salim, R. R., & Et, A. (2023). Perancangan Nasional Expo Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau Di Sumatera Utara. *05(01)*, 65–77.
- Salman Al Farisi. (2022). Peran MSME (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Suryati, E. (2022). Undergraduate Thesis Planning and Production of Cornato Balls (Marketing Aspect) Bengkalis-Riau. *Applied Bachelor Thesis, State Polytechnic of Bengkalis*
- Syahbanu, A. T., & Yunita, T. (2024). Strategi Pemasaran yang Tepat untuk MSME Keripik Pisang Dalam Persaingan MSME di Bidang Kuliner. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 9–16. Retrieved from <http://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/762>
- Yulianti, E. (2022). Undergraduate Thesis Business Planning and Production Crispy Bread (Marketing Aspect). *Applied Bachelor Thesis, State Polytechnic of Bengkalis*