

REFERENCES

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 1–12.
- Agustina, T. (2024). *The role of financial reporting in companies* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Aini, A. (2024). Liaison officer (LO): Definisi, tugas, kualifikasi, dan skillnya. *Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/liaison-officer/>
- Az-Zahra, P., & Lenkawati, U. (2024). *Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Bashar, A., Wasiq, M., Nyagadza, B., & Maziriri, E. T. (2024). Emerging trends in social media marketing: A retrospective review using data mining and bibliometric analysis. *Future Business Journal*, 10, Article 23. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00308-6>
- Budi, Y. A. B. N., Wulansari, D., & Yanti, H. B. (2023). Influence of management accounting practices on MSMEs firms performance. *International Journal of Contemporary Accounting*, 5(2), 103–124. <https://doi.org/10.25105/ijca.v5i2.17056>
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (n.d.). *Analisis strategi bauran pemasaran pada bisnis kuliner (Studi kasus CV Gehu Extra Pedas Chili Hot)* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Erislan. (2024). *Analysis of marketing management strategies in facing dynamic consumer behavior in the digital era* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- 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>
- Fatimah, N. N., & Dewi, A. S. (2025). Transformation of MSMEs marketing strategy through the implementation of QRIS as a digital innovation. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 14(4).
- Hani, R. (2021). Strategi event public relations pada Expo ASESI dalam membangun reputasi sekolah sunnah. *Jurnal Lontar*, 9(1), 55. <https://doi.org/10.1234/jl.v9i1.0001>

- Hidayatullah, A. K., & Wahono, H. T. (n.d.). *Pengaruh katalog produk dan word of mouth terhadap minat beli Oriflame* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Indrawati, N. R., & Susanti, E. D. (2025). Peran business consultant dalam transformasi digital UMKM melalui program APINDO UMKM Merdeka. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 222–227. <https://doi.org/10.61722/japm.v3i1.3621>
- Kampung KB BKKBN. (2023). *Pembuatan lontong*. <https://kampungkbbkkbn.go.id>
- Kumala Sari, H. M., & Randusiwi, R. (2024). *Decoding marketing mix effects: Insights from Indonesia* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Kumalasari, R. (2023). Konsultan bisnis: Definisi, tugas, manfaat, dan skill yang harus dimiliki. *Majoo*. <https://majoo.id>
- Mahwati, S. K., Sabayu, F., Wardi, Y., & Thaib, I. (2024). Pengaruh digital marketing dalam strategi pemasaran global: A systematic literature review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 23(1), 115–125.
- Menon, S. (2024). Best practices and implementation challenges in effective project management. *International Business Research*, 17(2), 66–???. <https://doi.org/10.5539/ibr.v17n2p66>
- Nazeli, B., et al. (2023). *Digital marketing analysis in dental healthcare: The role of digital marketing in promoting dental health in the community* [PDF]. Diakses 25 November 2024.
- Praptitorini, M. D., & Astohar. (2024). The inclusion and financial literacy on MSME performance through adoption of financial reporting standard. *Indonesia Auditing Research Journal*, 13(1), 1–11.
- Purba, B. J., & Arfin. (2021). Analisis peranan liaison officer dalam pelayanan dan pengawasan secara mandiri pada kawasan berikat mandiri. *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(2), 197–209.
- Ranjani, E., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Implementasi digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5).
- Salim, R. R., Mulia, E. M., & Sibarani, P. H. P. (2023). Perancangan nasional expo dengan pendekatan arsitektur hijau di Sumatera Utara. *Jurnal Ruang Luar dan Dalam FTSP*, 5(1), 65–77.
- Shaheen, H. (2025). Social media marketing research: A bibliometric analysis from

Scopus. *Future Business Journal*, 11(1), Article 65.
<https://doi.org/10.1186/s43093-025-00465-2>

Sitanggang, A. S., Nazhif, D. N., Ar-Razi, M. H., & Buaton, M. A. F. (2024). Efektivitas strategi digital marketing di media sosial: Studi kasus Facebook, Instagram, dan TikTok Generasi Z. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(4), 57–65. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i4.3247>

Sukma, B. C., & Murwanto, H. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 300–309.

Syahroni, M. F., Cinde, Y. V., & Hartanto, R. S. (2024). Optimalisasi laporan laba rugi bulanan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan UMKM (Studi pada Toko Sembako Hikmah Jaya). *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2).

Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 1–7.

Wang, J., Yao, Y., Ge, H., & Wang, J. (2025). The impact of digital inclusive finance on SME innovation. *Sustainability*, 17(8), Article 3633. <https://doi.org/10.3390/su17083633>