

REFERENCES

- Kurniawan Raharjo dkk, et al (2022). Pemanfaatan teknologi keuangan dalam pengelolaan keuangan pada UMKM di wilayah depok. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani, DOI: <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.70>
- Rian Ubaidillah and Sugeng Santoso (2022), Analysis of Increasing Added Value Ecosystem Creative Economy Startup in The Culinary Sector (Case Study of the First Winner of Food Startup Indonesia 2020). United International Journal for Research & Technology. DOI: <https://doi.org/10.61132/ijems.v1i2.43>
- Tri Sinarti, Sudarmiatin Sudarmiatin, Rosmiza Bidin (2024), Innovative and creative strategies for the pempek business in penetrating the international market. International Journal of Economics and Management Sciences. DOI: <https://doi.org/10.61132/ijems.v1i2.43>
- Maher Alwan, Muhammad Alshurideh (2022), The effect of digital marketing on purchase intention: Moderating effect of brand equity. International Journal of Data and Network Science. DOI: <https://doi.org/10.31334/lugas.v6i2.1982>
- Widodo, T., & Rizqullah, N. F. (2023). The Effect of Social Media Marketing Activity on Consumer's Purchase Intention in Huitsportwear Products Mediated by Customer Trust. Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen, 11(2), 528-532. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.403>
- SILALAH, Ruth Maranata; WIDODO, Teguh. Seminar Kewirausahaan Perempuan: Peningkatan Kapasitas Dan Kualitas Kepemimpinan Perempuan Berwirausaha Sektor UMKM Di Era Bisnis Digital. In: Seminar Nasional Industri dan Teknologi. 2023. p. 728-733.
- Ade Priangani, (2023). Memperkuat Manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. Jurnal kebangsaan. URI: <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/64595>
- Romansyah, et al (2022). Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Alfa Retailindo (Carrefour) Pengayoman Makassar, YUME : Journal of Management, ISSN: 2085-9996, DOI: <https://doi.org/10.37531/yum.v5i2.1747>
- Hanif Rochmadika, Asep Parantika (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P menggunakan pendekatan analisis SWOT dalam Upaya meningkatkan daya saing mangata Coffee & Eatery. Media Wisata,

<http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS>

- Dewi Triana, Ruli Hidayat (2023). Analisis Brand Image sebagai variable mediasi antara pengaruh harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiaomi di Yogyakarta). Jurnal Economina, Homepage: ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina,
- Gilbert Jonathan Oroh, et al (2023) Penerapan Marketing Mix 7P pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem. Jurnal Emba. DOI:<https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45933>
- Sherly Hesti Erawati, Benediktus Prasetya Jaya Wardhana (2023). Determinan Word Of Mouth Dalam Bisnis Kuliner. Jurnal ilmiah magister manajemen, DOI : <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.13878>
- Riki, et al (2023). Efektifitas penggunaan media sosial dalam peranan sebagai sarana Komunikasi dan promosi produk. Jurnal Cafeteria January 2023, DOI: <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v4i1.811>
- Hayatun Nufus & Trisni Handayani, (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- 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).
- Yuni Novita, et al (2023). Dampak Promosi Program Katalog Cinta Produk Lokal Sigi Terhadap Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Sigi. Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology. DOI: <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i1.111>
- Mochammad Riyadh Rizky Adam, et al (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). echnomedia Journal (TMJ). <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Yuni Tresnawati¹, Kurniawan Prasetyo, (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. Journal of New Media and Communication. DOI: <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Meylinda, et al (2022). Pengukuran kinerja laporan keuangan menggunakan analisis Rasio Profitabilitas pada Perusahaan go public. Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi (JIMASIA). DOI:

<https://doi.org/10.33365/jimasia.v2i1.1875>

Risawati, et al (2022). Pendampingan penyusunan laporan keuangan Perusahaan Jasa pada Santri SMK di ponpes Baabusalamlawang Malang. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Issue [Vol. 1 No. 2 \(2022\): Artikel Pengabdian Volume 1 Nomor 2, Juli 2022](#)

Resti Riancana, et al (2023). Perlindungan hukum bagi konsumen akibat periklanan produk kosmetik. Jurnal Ilmu Hukum “THE JURIS”. DOI: <https://doi.org/10.56301/juris.v7i2.1023>

(Ruth Damayanti Aritonang, et al, 2022). Pengaruh Citra Merk, Sponsor, dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian Stand Expo dan Bazar event Kepri vacation Expo pada PT Cakra Bramastra Internasional. Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022.
<https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.935>

Sudarwati, et al, (2023). Pelatihan event organizing sebagai sarana peningkatan promosi wisata budaya desa jenis gelaran, Kecamatan Bareng, Jombang. ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional.

Hanna Renata Manalu, et al (2023). Strategi Lobi Dan Negosiasi Divisi Humas Untuk Mencapai Kesepakatan Dalam Mendapatkan Sponsorship Pada Event Aquatrance 2023. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora. DOI : <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i3.1065>

Avid Wijaya, (2023). Eksplorasi potensi Kewirausahaan mahasiswa dalam pembelajaran melalui kegiatan Expo. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK). DOI: <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.188>

Muhammad Farras Nasrida, Ausi Pandahang & Dicky Febrian (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya. JURNAL JUMBIWIRA. Link1: <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/jumbiwira> Link2: <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php>