

REFERENCES

- B. Lukitawati,& Aishah, R. (2023). Strategy for the promotion of UMKM Halal go international (Study on UMKM halal products and Indonesian Muslim fashion). . *In Proceedings of the 5th International Graduate Conference in Islam and Interdisciplinary Studies*, 19-20.
- I. F,Rahmawati,Et.al. (2024). Pengaruh Strategi Event Marketing, dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. . *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, , 1266-1278.
- L, Evelina. (2023). Paradigma Baru Sponsor Sebagai Mitra Penyelenggaraan Event. *Humaniora*,, 986-995.
- T. C.,Anggraeni,Et.al. (2023). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. . *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*,, 40-51.
- K. W, Candra, & Hidayatinnisa, N. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk, Strategi Promosi, dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*,, 55-60.
- S, Pramono. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Bale Agung Pemalang. *Jurnal Akuntan Publik*,, 90-196.
- A,R., Putri, Et.al. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*,, 01-16.
- R. Biantro. (2021). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR. . *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*,, 40-49.
- R.,T,Cahyadi, Et.al. . (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Gedhang Nugget Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*,, 69-78.
- K. W, Candra, & Hidayatinnisa, N. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk, Strategi Promosi, dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*,, 55-60.
- F.,Fauzi & Ratnasari, A. (2023). Bauran Promosi Produk Kopi. . *Communication Management*, 234-240.

- E,Sigcha.,Et.al. (2024). Evaluating the social performance of Ecuadorian textile MSMEs using Social Organizational Life Cycle Assessment. *Cleaner Environmental Systems*, , 12, 100176.
- R, Indra.,Et.al. (2023). pemanfaatan Inovasi Dan Kreatifitas Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Di Desa Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun. *Jurnal Darma Agung*, , 94-100.
- D,Utarindasari.,Et.al. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Gandoang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 44-52., 44-52.
- E.T.,Hutamy, Et.al. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. . *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*,, 1(1), 1-11.
- G.R, Adhitya, . (2023). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA MEDIA PROMOSI EVENT OPEN STUDIO 7 DI FLORTO STUDIO. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*,, 68-75.
- R, Riki, Et.al. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*, 98-105.
- M.N, Juniadi, Et.al. (2024). PENERAPAN STRATEGI 7P MARKETING MIX PADA GROSIR KOSMETIK. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 100-118.
- S, Hajjar, Et.al. (2023). Pengaruh Marketing mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Matua Jurnal*, , 63-75.
- S.A, Naenara, Et.al. (2024). . Pelaksanaan Event Sponsorship Sebagai Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk By. U Oleh Telkomsel Branch Surabaya. *Journal of Management and Social Sciences*, 147-154
- P, Henisa.,Et.al. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Katalog Barang pada PDAM Tirta Prabujaya Kota Prabumulih Berbasis Web. *journal of Information Technology and Computer Science*,, 136-141.
- A, Sahputra,Et.al. (2023). Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta. *Jurnal Minfo Polgan*, 988-996.
- Ramdani, D. N. A,Ramdani & nazilah. (2024). Pembuatan Video Promosi Fakultas Teknik Universitas Suryakencana. . *Jurnal Komputer dan Informatika*, 79-90.

- W.M., Huda Et.al. (2023). Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren. *urnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 77-86.
- D.A Suciana, Et.al. (2023). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid. . *urnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 95-115.
- A.H.Aliyah. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 64-72.
- W,Wati.,&Affandi,k.(2024).PERANCANGAN CONVENTION & EXHIBITION CENTER BANDUNG DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR FUTURISTIK. *Jurnal Arsitektur*, 72-78.
- D,A,Helmi, et,al.,. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Pameran Exhibition “Traditional Wedding Royal Plaza Surabaya” Di Era Pandemi Covid 19. *jurnal tata rias*, 13-20.
- S,almadani&Pratama, A. I. (2023). Promotion Strategy To Increas Sales In The Palm cake Business In Jangkang Bengkalis, Village. *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* , 519-529.
- N,Anita.,& Rambe, A. N. (2024). Factors Affecting MSME’s Implementation Of Financial Accounting Standards For Micro, Small, And Medium Entities (SAK-EMKM) In Mandau Sub-District. In International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2023 . *Atlantis Press*., 229-236.
- H. A.Maulana & 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)*, 146-152.
- Almadani, S. & Pratama, A. I. . (2023). Promotion Strategy To Increas Sales In The Palm cake Business In Jangkang Bengkalis, Village. In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi*, 519-529.