

DAFTAR PUSTAKA

- Arsesya, A. P., & Listiani, E. (2020). *Strategi Branding Independent Record Label 777 Music*. 6, 313–317. <https://doi.org/10.29313/V6I2.22740>
- Ayomi, D., Suharto, S., & Mazni, A. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIHINSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*. <https://doi.org/10.24127/simplex.v3i2.3204>
- Fazri, A., & Lubis, W. (2022). PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI DALAM PEMBENTUKAN PERSONAL BRAND SEBAGAI STRATEGI PENJUALAN PRODUK UMKM (STUDI DESKRIPTIF PADA UMKM CAKE BY NADIA). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.15832>
- Harlina, S., Erna, A., Bahtiar, A., & Kadang, M. O. (2023). Identifikasi Strategi Pengembangan Bisnis Para Penggiat UMKM Menggunakan SWOT Analisis. *Malcom Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 99–107. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.884>
- Herinanto, D., Utami, B. H. S., Helmita, H., & Arif, D. (2024). Analisis Chi Square Zona Wilayah Marketing Terhadap Penjualan Produk Ekonomi Kreatif. *Eco-Buss*, 6(3), 1626–1637. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1240>
- Leislee, J., Nawawi, M., & Korespondensi, P. (2024). Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness, dan Perceived Quality terhadap Purchase Intention Produk Private Label Jakarta (Studi Kasus pada Indomaret). *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i3.31593>
- Mukhlison, Santoso, H. B., Astikawati, A. S., Sari, I. P., & Wulandari, I. V. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Lokal Untuk Pemulihan Ekonomi Di Kelurahan Kauman Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *Kreatif Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.515>
- Purwaningsih, N., Humairoh, H., Erdawati, L., Wiliana, E., Puspitasari, R., Mayratih, S., Susiati, A., Muljadi, M., Wulandjani, H., & Indriani, R. (2024). *Manajemen Pemasaran Modern*. <https://doi.org/10.62083/qnafzs58>
- Ramdhani, M. D., & Masnita, Y. (2023). Peran Pemasaran Media Sosial Pada Ekuitas Merek Menggunakan Citra Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Ekobis Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 13(1), 89–103. <https://doi.org/10.37932/j.e.v13i1.701>
- Sihotang, R. E., & Malau, R. M. U. (2020). *Pengelolaan User-generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram @thetourhotel*. 7. <https://consensus.app/papers/pengelolaan-usergenerated-content-sebagai-strategi-malau-sihotang/727c3d7d4cc75e278b4993d1b38bc020/>
- Supriatna, D., Surjadi, J., & Rahayuningsih, D. A. (2022). Penerapan Digital Marketing Melalui Teknik Copywriting Dan Seo Bagi Umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i1.18400>
- Yana, M. A. (2023). Manajemen Pemasaran Pendidikan Konteks Perguruan Tinggi. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 380–385. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.286>