

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, DA (1991). *Mengelola Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Sebuah Nama Merek*. New York: The Free Press.
- Belferik, R., Zulkarnain, I., Samosir, J. M., Afriyadi, H., Rusmiatmoko, D., & Adhicandra, I. (2023). *Manajemen Proyek (Teori & Penerapannya)*.
- Brigham, EF, & Ehrhardt, MC (2017). *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktik*(ke-15)
- Damayanti, S., Firly, M., Syafrudin, H., Syah, M., Mangku, A., & Ramadhan, M. A. (2025). Arisan as Social Capital and Economic Resilience of Housewives in Times of Crisis at Pinus Regency , Cinambo District , Bandung. *Journal of Economics and Social Sciences*, 4(1), 101–106. <https://doi.org/10.59525/jess.v4i1.677>
- Fajri, R. A. (2025). Strategi Brand Activation Ninja Xpress Melalui Special Event. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 461–470. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5298>
- Faturrahman, Subhan, E. S., & Shoalihin. (2025). *Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. 3(3), 990–1008.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62.
- Humaira, N. (2021). AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Model of Cosmetics Marketing Communication on Online Beauty Forum (Case-Study: Avoskin Marketing on Sociolla). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 186–200.
- Institut Manajemen Proyek. (2021). *Panduan untuk Proyek*(edisi ke-7)
- Kerzner, H., (2017). *Manajemen Proyek: Pendekatan Sistematis untuk Perencanaan, Penjadwalan, dan Pengendalian*(Edisi ke-12). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Liembawati, Y., Dharmayanti, D., Si, M., Karina, R., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). ANALISA PENGARUH BRAND ACTIVATION TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND COMMUNITY PADA PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Orientasi

Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kecamatan Kawangkoan). *Jurnal EMBA*, 11(1), 486–499.

Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.

Munthe, A., & M. Yarham, R. S. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(3), 593–614.

Noer, M. R., Hasibuan, A., Pratiwi, A., & Fadiya, F. (2025). Analisis Perkembangan Nilai-Nilai Koperasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12), 321–334.

Nurhad, A. (2023). *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*.

Ratuzzahrah, D., & Gabriella, S. (2021). Determinan Brand Engagement in Self-Concept (BESC): Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6, 66–83.

Ruddin, I. (2023). *Manfaat Integrated Marketing Communications Dan Penerapan Strategi Content Marketing*.

Sabila. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Business-to-Business (B2B) PT Satukelas Adhyapana Nusantara dalam Meningkatkan Leads (Studi Kasus pada Brevet Pajak). *Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2), 1317–1334.

Sholihah, L. N., Ruswandi, A. A., Zayyan, M., Aspatalitha, Godelava, J. F. I., & Yanuart, Z. A. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Aidia Creative di Media Sosial* : 1040–1056.

Suryana, A., Subekti, P., Risanti, Y. D., & Andriyanto Nurisani, R. (2019). *Eksistensi Promosi di Era Digital*.

Taryana, A., & Retnowardhani, D. (2023). Peran Integrated Marketing Communication pada Perusahaan Media (Di Menara62.com – Media Dakwah Muhammadiyah). *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 277–282.

Tjatur, H., C., D. I., Wardhana, B., & Riyanto, G. D. (2024). *Perlindungan Data Pribadi Dalam Jurnalisme dan Media*.

Utami, I. T. (2022). *Implementasi Konsep Sistem Pengolahan Transaksi Keuangan pada PT*.

Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA EDISI INDONESIA*.

Wijayaningrum, M. C. W., Idris, I., Estriana, V., Wulandari, C., Widiawanti, O.,

Vinaring, B., Samuel, F. R., & Ghanistyana, L. P. (2025). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran Digital*.

Zulaecha, H. E., Almufid, Zamroni, & Novianto, R. (2021). Peranan Project Manager Terhadap Keberhasilan Proyek Kontruksi. *Jurnal Teknik*, 10(1), 35–46.