

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
<https://doi.org/10.51747/ECOBUSS.V8I2.622>
- Prasetia, M. Y., Mukhlisiana, L., & Aziz, R. A. (2024). Pengelolaan Konten Digital dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram Cabang Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Banten. *E-Proceeding of Management*, 11(6), 7425–7433.
- Nailufar, N. N., & Putri, A. S. (2022, November 21). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Kompas.
<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>
- Shidqiyyah, S. (2025, January 15). *Fungsi Promosi: Pengertian, Tujuan, dan Manfaatnya untuk Bisnis*. Liputan6.
<https://www.liputan6.com/feeds/read/5827808/fungsi-promosi-pengertian-tujuan-dan-manfaatnya-untuk-bisnis>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA