

DAFTAR PUSTAKA

1. ABU BASHAR, I. A. (2012). EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA AS A MARKETING TOOL: AN . *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research* , 88-99.
2. Lan.P.C. (2024). Contesting Boundaries and Navigating Identities: Second-Generation Adult Children from Cross-Border Marriages in Taiwan. *International Migration Review*, 1.
3. Lonnie, M., & Hochland, E. (2018). Protein for life: Review of optimal protein intake, sustainable dietary sources and the effect on appetite in ageing adults. *Nutrients*, 10(3), 360.
4. Irawati, R., & Bakri, I. (2021). Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan PENATARAN*, 8(2), 114–133.
5. Rosa, M. C. (2018). PERAN VENTURE CAPITAL SEBAGAI PENGGERAK BISNIS STARTUP DI INDONESIA. *Program Magister Ilmu Akuntansi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1.
6. Sugiarto, E. C. (2021). Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi. *Kementerian Sekretariat Negara*, 1.
7. Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 57-74.
8. Wella, W., & Kusuma, A. (2018). Program pengembangan kewirausahaan di Universitas Multimedia Nusantara. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility*, 5(1), 1370–1377.