

DAFTAR PUSTAKA

Article history: (2020). 2(2), 1–10.

E-issn, V. N. P., & Covid-, P. (2023). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Perkembangan UMKM Serta Peran Dewan Pengurus Wilayah Asprindo dalam Perkembangan UMKM di Sumatera Utara pada Masa Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisni.* 5(3), 1275–1290.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1624>

Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 16–20.

Ilmiah, J., & Islam, E. (2022). *Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah.* 8(02), 1970–1981.

Jaya, S. (2018). *Analisis faktor-faktor kepuasan konsumen pada rumah makan Geprek Benu di Bandar Lampung.* 13–53.

Manggu, B. (2021). *ANALISIS PENERAPAN SEGMENTAS I , TARGETING , POSITIONING (STP) DAN TENAGA KERJA PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN.* 25(1), 27–34.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>

Murni, S., & Humaira, Q. (2021). *Ekobis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Analisis Peran Perempuan dan Pemerintah Dalam Perkembangan UMKM di.* 11, 1–7.

Primadhita, Y., & Budiningsih, S. (2020). *ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DENGAN MODEL VECTOR AUTO REGRESSION (ANALYSIS DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES USING VECTOR AUTO REGRESSION)*. 17(01), 1–12.

Rahmat Nizar, M. (2015). Penggunaan Brosur Sebagai Media Iklan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt a&S Holiday Travel Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Women (2017). Bauran pemasaran Melalui Sosial Media , Brand Awareness , Purchase. *Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>

Wahyu (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Marketing online. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”*6(2),

Wibowo. (2017). *Pengaruh Respon Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap kepuasan konsumen pada grand permata hotel. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>

Yanti (2019). *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta : Andi