

DAFTAR PUSTAKA

- BCG dan OJK. (2020). Bagaimana UMKM dan Perbankan dapat Sukses di Era Disrupsi Ekonomi dan Digital. *Departemen Penelitian Dan Pengaturan Perbankan*.
- Adikara, B. (2022). 4 UMKM Dengan Produk Unik Binaan SIG ikut dalam Malang City Expo 2022. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/surabaya/30/03/2022/4-umkm-dengan-produk-unik-binaan-sig-ikut-dalam-malang-city-expo-2022/>
- Ardiansyah, M. N. (2021). Riset Universitas Ma Chung: Mahasiswa Hanya Familiar dengan Dua Kegiatan MBKM. *Times Indonesia*. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/389541/riset-universitas-ma-chung-mahasiswa-hanya-familiar-dengan-dua-kegiatan-mbkm>
- Arianto, A. (2022). Mau Hibah Desain Kemasan Gratis? Ikutan Bedakan Yuk, Khusus Pelaku Ekonomi Kreatif Loh. *Inspiranesia.Com*. <https://www.inspiranesia.com/ekonomi/pr-3812635570/mau-hibah-desain-kemasan-gratis-ikutan-bedakan-yuk-khusus-pelaku-ekonomi-kreatif-loh>
- Aristawidia, I. B. (2020). Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.351>
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2021). *Peran Komunikasi Bisnis dalam Membantu Perkembangan UMKM*. 100–108.
- Darwis, R. S., & Zainuddin, M. (2020). Penguatan Kapasitas Wirausahawan Mikro Menggunakan Metode Pendampingan Di Desa Mekargalih, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya*, 9(2). <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i2.25080>
- Dewi, S. R. (2021). *Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19*. 7(1), 95–101.
- Diarta, I. K. S. (2015). Branding dan 8P Sebagai Pendekatan Pemasaran Produk dan Daya Tarik Wisata Pertanian dalam Agrowisata. *Promosi Agrowisata : Merajut Sinerja Dan Menjaga Keberlanjutan*, 1–20.
- Hendriyana, H., Putra, I. N. D., & Sunarya, Y. Y. (2020). Industri Kreatif Unggulan

- Produk Kriya Pandan Mendukung Kawasan Ekowisata Pangandaran, Jawa Barat. *Panggung*, 30(2). <https://doi.org/10.26742/panggung.v30i2.1202>
- Indonesia, K. K. R. (2021). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>
- Informasi, U. S. (2016). *Sejarah Universitas Ma Chung: Diawali dengan Kesederhanaan, Mengukir Masa Depan Gemilang*. <https://machung.ac.id/tentang-sejarah/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed., Vol. 15). Pearson Education Limited.
- Normia Akmad Salindal, Mohd Ismail Ahmad, Kalthom Abdullah, B. P. A. (2018). *A Structural Equation Model of the halal certification and its business performance impact on food companies*. 185–206. <https://journals.iium.edu.my/enmjjournal/index.php/enmj/article/view/517>
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi Membangun Branding bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Viverita, R. D. K. (2017). *Awareness of halal certification of micro and small enterprises in Jakarta*. 2, 459–471.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc.