

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020a). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3). doi: 10.26905/abdimas.v5i3.4811
- Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020b). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3). doi: 10.26905/abdimas.v5i3.4811
- Dewi Nabila, J., & Satrio Wijaksono, D. (2021). Analisis Proses Special Event Astra Daihatsu Dalam Customer Virtual Event Oleh Pt. Maha Kreasi Indonesia Astra Daihatsu Customer Virtual Event's Special Event Strategy By Pt. Maha Kreasi Indonesia.
- Dhaneswara, Reyhan (2021) Strategi Event Management dalam Menyelenggarakan Virtual Event di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus EO Friends Entertainment dalam menyelenggarakan Semarak Kampung Berseri Astra 2020).
- Hamidah, Q. R., Tri, A., Sejati, P., & Mujahidah, A. Z. (2019). *The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0* (Vol. 2, Issue 1). Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/shes>
- Indrawan, Akhmad Dody (2015) Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Tingkat Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia. Other Thesis, University of Muhammadiyah Malang.
- Khairunnisa, I., Dhiya Hasna, A., Kharoline, H. B., Noor, A. A., & Bandung, P. N. (2021). *Jurnal ALTASIA Inovasi Virtual Exhibition Masa Depan* (Vol. 3, Issue 1).
- Listiyani, Ursula Kurnia (2012) Strategi Brand Building pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Brand Building Pada Bakpia Djogja Dalam Membentuk Awareness Konsumen).
- Manajemen, J., & Keuangan, D. (2017). *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa* (Vol. 6, Issue 2).
- Muhammad Ade Himawan. (2016). Perancangan Social Media Marketing Bagi Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Dalam Mempromosikan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surabaya.
- Mulianingsih, S. ., Hutajulu, D. ., & Wahyuningroem, R. . (2022). *Analisis Pengaruh Virtual Expo dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk*

UMKM “Mapan Kuliner” Depok.

Pusat Penelitian Ekonomi, D., & Ilmu Pengetahuan Indonesia, L. (2018). *Umkm Dalam Perspektif Pembiayaan Inklusif Di Indonesia 1 Msmes In Inclusive Financing Perspective In Indonesia.*

Jurnal Sosial Teknologi, 2(3), 206–211.

Sumber Lain :

Andreas Slamet Widodo. (2010). Strategi Branding “Djarum Black” Dalam Membentuk Psiko-Komunal ‘New Community.’ 1–173.

Bouma, Gary D. 1993. *The Research Process*. Edisi Revisi. Oxford: Oxford University Press, 119.

Cvent, (2020). *Ultimate Guide to Virtual Event*. Cvent. E-Book

Fini Nur Aulidia Diniarum. (2019). Strategi Branding Pt. Berkah Catering Nusantara Di Sidoarjo. *Skripsi*, 1–91.

<https://blog.simhive.com/2021/12/23/kenapa-harus-virtual-event/?amp=1>

<https://www.ireapps.com/news/id/kriteria-umkm-terbaru/>

Khoon, L. C. and Ramaiah, C. K. (2008) ‘An Overview of Online Exhibitions’, *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(4), pp. 7–21.doi: 10.14429/djlit.28.4.193.

Kotler, Philip, Keller Lane Kevin, “Manajemen Pemasaran”, Edisi ke Empat Belass Jilid satu, PT Indeks, Jakarta, 2012.