

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Geby T, Santoso A, Fitriyanti R, Kustiningsih N. INOVASI PRODUKSI TERHADAP PENINGKATAN USAHA KERIPIK PANGSIT. *Pengmasku* 2022;2:29–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.54957/pengmasku.v2i1.138>.
- [2] Hotima SH, Sufa'ati S. ANALISIS STRATEGI INOVASI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK OLAHAN DAUN KELOR PADA CV. KREATIF MARONGGIIH CENTER COMMUNITY. *Maj Ilm Dian Ilmu* 2021;20. <https://doi.org/10.37849/midi.v20i1.208>.
- [3] Winarsih W, Andriani P. Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT . Nippon Indosari Corpindo Tbk. *J Ekombis Rev* 2022;10:59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>.
- [4] Nasir A. PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN INDUSTRI MEBEL DI KABUPATEN PASURUAN. *Ref J Ilmu Manaj Dan Akunt* 2019;6. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.528>.
- [5] Aisah. Strategi Pemasaran Keripik Terong Pada Usaha Home Industri Kripik Terong Yang Ada Di Desa Sriwanggi Semendawai Suku III OKU Timur. *J Bakti Agribisnis* 2020;6. <https://doi.org/10.53488/jba.v6i02.93>.
- [6] Sulaksono J, Zakaria N. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri n.d.;4:41–8.
- [7] Faizah NH. UKM DALAM PERSAINGAN DI ERA GLOBALISASI EKONOMI. *Upajiw Dewantara* 2019;3. <https://doi.org/10.26460/mmud.v3i2.4378>.
- [8] Kusumaningtyas D, Puspita E. SEBUAH PENCARIAN, MAHASISWA AKUNTANSI YANG AKUNTANSI. *JAE (JURNAL Akunt DAN Ekon* 2019;4. <https://doi.org/10.29407/jae.v4i3.13550>.
- [9] Mujayana M, Santoso R. Media Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Produk Umkm Selama Pandemi Covid-19. *J Nusant Apl Manaj BISNIS* 2022;7:17–30. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.16200>.
- [10] Nurcholis M, Hakimah EN. STUDI FENOMENOLOGI : EFEKTIVITAS CO-BRANDING DAN FANATISME SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN MCDONALD ' S PADA BTS MEALS. *Semin Nas Manajemen, Ekon Dan Akuntansi*, 2022;7:490–4.
- [11] Kusumaningtyas D, Puspita E. Sebuah pencarian, mahasiswa akuntansi yang akuntansi. *JAE (JURNAL Akunt DAN Ekon* 2019;4:42–53. <https://doi.org/10.29407/jae.v4i3.13550>.