

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Bagi UMKM Serta Strategi E Marketing UMKM di Indonesia. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke -6* , 139.
- Amijaya, S. Y., Seliari, T., & Oentoro, K. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19. *Proceeding Senadimas Undiksha* , 358.
- Amstrong, K. &. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Nonformal Volume 16, No 1* , 12.
- Aulia, T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada UMKM Royal Food Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara Medan.
- Efriyanti, F., & Adico, R. K. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Nilai Penjualan Pada Martabak Aneka di Kota Metro*. Lampung: Universitas Bandar Lampung.

- Fauzan, I. (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Bisnis Keluarga Berbasis Pertanian*. Jatinangor: Universitas Padjadjaran.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Hartomo, D. D., & Cahyadin, M. (2013). *Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi Covid 19 dan Era new Normal (Studi Kasus Pelaku UMKM Marketplace). *Prosiding Seminar Stiami Volume 7, No. 2* , 98-103.
- Muhammadin, A., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Mulyani, E. R. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT Bima Sakti Mutiara*. Mataram: Universitas Muhammadiyah.
- Nara Rosmadi, M. L. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No. 1* , 122.
- Philip, K., & Gary, A. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi ke 12*. Jakarta: 2013.
- Prabawati, A. (2020). *Pembuatan Piranti Kehidupan Masyarakat di Masa Pandemi COVID - 19*. Jember: STIA Pembangunan Jember.

- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Jakarta: Tiga Ebook.
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid 19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan Universitas Dinamika* .
- Srihadiastuti, R. (2018). *Analisis Faktor - Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*. Bandung: Universitas Telkom.
- Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid 19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al Intaj Vol 6 No 2* , 46-58.
- Tjitono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wicaksono, B. R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Pembeli*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuwana, S. I. (2020). Coronanomics : Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid 19. Jember: Journal Of Technopreneurship on Economics and Business Review.