

DAFTAR PUSTAKA

Saleh, Muhammad Yusuf, dan Miah Said. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar : CV Sah Media.

Afriadi, Achmad Dwi. 2020. Tembus rekor! 46 Perusahaan Raksasa Bangkrut Gara-gara Corona. Diambil dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5143179/tembus-rekor-46-perusahaan-raksasa-bangkrut-gara-gara-corona>. Diakses pada 9 Desember 2020.

Haryanto, Agus Tri. 2021. Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari. Diambil dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>. Diakses pada 12 Mei 2021.

Moriansyah, La. 2015. PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES. Hlm. 1-3.

Sumarni, Yenti. 2020. Pandemi COVID-19 : Tantangan Ekonomi dan Bisnis. Al-Intaj Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol.6 No. 2. , 48.

Pramudyatama, Yudha. 2020. 10 Strategi Media Sosial Marketing Untuk Bisnis Berskala Kecil. Diambil dari <https://whello.id/tips-digital-marketing/10-strategi-media-sosial-marketing-untuk-bisnis-berskala-kecil/> . Diakses 13 Desember 2020.

Swasta Dharmmesta, Basu. 2020. Proses Manajemen Pemasaran dan Strategi Pemasaran. Halaman 7 – 18

Moerdiyanto. 2009. Manajemen Pemasaran. Diklat Kuliah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Halaman 4 – 7 , 13 – 17.

Rizal, Adam. 2020. Daftar 10 Aplikasi Edit Video Terbaik untuk Vlogger Smartphone. Diambil dari <https://infokomputer.grid.id/read/122226612/daftar-10-aplikasi-edit-video-terbaik-untuk-vlogger-smartphone?page=all> . Diakses pada 18 Maret 2021.

Untari, Dewi , dan Dewi Endah Fajariana. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik) . Widaya Cipta Jurnal Sekretari dan Manajemen. Vol.2 No. 2 , 273-274.

Aryanti, Shinta. 2013. Manajemen Bursa Kerja Khusus (BKK) dalam Pemasaran Lulusan. Universitas Pendidikan Indonesia. Bab 3. Halaman 57-59.

INKINDO. 2020. Survei Dampak COVID-19 Terhadap Konsultan. Diambil dari <https://www.inkindo.org/wp-content/uploads/2020/12/Survei-Covid-19-FINAL-20200805-siap-cetak-dikompresi.pdf>. Diakses pada 10 Juli 2021.

Rukajat, Ajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitatif Research Approach). Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Kusmarni, Yani. 2012. Studi Kasus. UGM Jurnal Edu. Halaman 2-7.

Fadly, Hawangga Dhiyaul, dan Utama. 2020. Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Di Tengah Pandemi COVID-19. Jurnal Ecoment Global Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol.5, No. 2, hlm. 218-219.

Purba, Agi Julianto Martuah. 2021. Isolasi Mandiri dari Instagram. Diambil dari <https://www.kompasiana.com/agipurbatambunsaribu/605d661dd541df5584653812/isolasi-mandiri-dari-instagram?page=all> . Diakses pada 5 Juni 2021.

Dewi, Rina. 2018. Analisis *Product Positioning* Pemutih Wajah Pond's Fair & Lovely Di Surabaya. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas 45 : Surabaya.

Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Wirapraja, Alexander, dkk. 2021. Manajemen Pemasaran Perusahaan. Medan : Yayasan Kita Menulis.

- Wahyuni, Divya. Tanpa Tahun. Analisis Peluang Pasar. Diambil dari <https://studylibid.com/doc/4314672/analisis-peluang-pasar>. Diakses pada 19 Mei 2021.
- Khoir, Misbahul. 2016. Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Memilih Pasar Sasaran. *AKADEMIKA*, Vol.10, No. 1, hlm. 119-127.
- Sahir, Syafrida Hafni, dkk. 2021. Dasar-Dasar Pemasaran. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Puspaningtyas, Meinarti. 2011. Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Dinamika Dotcom Jurnal Pengembangan Manajemen Informatika & Komputer*, Vol.2, No.1, hlm. 58-66.
- Halim, Fitria, dkk. 2021. Manajemen Pemasaran Jasa. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Media sosial. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, Vol.3, No. 1 , hlm. 73-75.
- Fatihudin, Didin, dan Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Anonim. 2020. 5 Konten Visual Yang Bisa Kamu Gunakan Sebagai Strategi Digital Marketing. Diambil dari <https://idseducation.com/5-konten-visual-yang-bisa-kamu-gunakan-sebagai-strategi-digital-marketing/>. Diakses pada tanggal 27 Mei 2021.
- Kurniasih, Nining. 2016. Infografis. Makalah Seminar Nasional “Komunikasi, Informasi, dan Perusahaan di Era Global.”
- Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadarah Ilmu Dakwah*, Vol. 17, No. 33 , hlm. 81-95.
- Samsuni. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Al-Falah Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*, Vol. 17, No. 1 , hlm 119-123.

Huwaida, Hikmayanti. 2019. Statistika Deskriptif. Yogyakarta : POLIBAN PRESS.

Norfai. 2021. Kesulitan dalam Menulis Karya Tulis Ilmiah. Kenapa Bingung?. Klaten : Penerbit Lakeisha.

Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

DF, Fajar Nur'aini. 2016. Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.

Rangkuti, Freddy. 2015. Personal SWOT Analysis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta : LKiS Yogyakarta.

Badara, Aris. 2014. Analisis Wacana : Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Nurdiansyah, Budi, dkk. Tanpa Tahun. *Digital Marketing dan FinTech di Indonesia*. Jakarta : Penerbit Andi.

Gunelius, Susan. 2010. *30-Minute Social Media Marketing : Step-by-step Technique to Spread the Word about Your Business*. New York : Mc-Graw Hill Education.

Winarni, Endang Widi. 2021. Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D. Jakarta : Bumi Aksara.

Martin, Dian. 2020. *Digital Marketing Whatsapp (Tips Sempel & Ampuh untuk Pemasaran)*. Jakarta : digimind.id.

Helianthusonfri, Jefferly. 2020. Instagram Marketing untuk Pemula. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Helianthusonfri, Jefferly. 2013. Buku Pintar Facebook & Twitter Marketing. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Morissan. 2019. Riset Kualitatif. Jakarta : Prenada Media.

Astuti, Miguna, dan Agni Rizkita Amanda. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.

Sulaiman, Oris Krianto, dkk. 2020. Marketing Kreatif di Era Pandemi : Suatu Pengantar. Medan : Penerbit Green Press.

Wahyudi, Setyo Tri. 2017. Statistika Ekonomi : Konsep, Teori, dan Penerapan. Malang : Universitas Brawijaya Press.

Tohardi, Ahmad. 2019. Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus. Pontianak : Tanjungpura University Press.

Saputra, Didin Hadi, dkk. 2020. Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Medan : Yayasan Kita Menulis.

Supriatna, Yuda, dkk. 2019. Induksi Manajemen Pemasaran. Pasuruan : Qiara Media.

Kasali, Rhenald. 1998. Membedik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, and positioning. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Bungin, Burhan. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Kedua. Jakarta : Kencana.

Saldana, Johnny. 2016. *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. California : SAGE.

Helmi, Alvin Fadilla, dkk. 2020. Psikologi untuk Indonesia isu-isu terkini relasi sosial dari intrapersonal hingga interorganisasi. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Hadiwardoyo, Wibowo. 2020. Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi COVID-19. Baskara Journal of Business and Entrepreneurship, Vol.2, No.2, hlm. 83.

Riniwati, Harsuko. 2016. Manajemen Sumberdaya Manusia Aktivitas Utama dan Pengembangan SDM. Malang : Universitas Brawijaya Press.

Arlina, Azti. 2010. Belajar Bisnis Kepada Khadijah Menyelami Kiat-Kiat Sukses Entrepreneurship dari Sang Istri Rasulullah Saw. Jakarta : Mizan Mizania.

Suriharjo, Andreas Budihardjo, dkk. 2021. *UMKM Sintas Pandemi Strategi Bertahan dan Bertumbuh*. Jakarta : Prasetiya Mulya Publishing.

Shalahudin, Iwan, dkk. 2018. *Prinsip-prinsip Dasar Kewirausahaan*. Yogyakarta : Deepublish.

Aryoni, dkk. 2019. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *MANAGER Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.2, No.2, hlm. 10.

Gadau, Matias. 2016. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen. Skripsi. Program Studi Manajemen Universitas Sanatha Dharma. Yogyakarta.

Purba, Orinton. Tanpa Tahun. *Petunjuk Praktis bagi RUPS, Komisaris, dan Direksi Perseroan Terbatas Agar Terhindar Dari Jerat Hukum*. Jakarta : RAIH ASA SUKSES.

Wijoyo, Hadion. Tanpa Tahun. *Membangun SDM Tangguh di Tengah Gelombang*. Solok : Insan Cendekia Mandiri.

Marimbo, Rizal Cavalry. 2013. *100 Peluang UKM Terdahsyat*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Magatef, Sima Ghaleb, dan Elham Fakhri Tomalieh. 2015. The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer Retention. *International Journal of Business and Social Science*, Vol.6, No.8, hlm. 93.

Salmiah, dkk. 2020. *Online Marketing*. Medan : Yayasan Kita Menulis.

Harsono, Budi. 2014. *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Raharjo, Tri Weda, dan Herrukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya : Jakad Media Publishing.

Hajar, Ibnu. 2019. *Manajemen Strategik - Konsep Keunggulan Bersaing*. Jakarta : Penerbit Andi.

Kumalasari, Nurita Ayu. 2016. Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT Pada Bisnis Delicy. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol.1, No.2, hlm. 227.

Simarmata, Nenny Ika Putri, dkk. 2021. Metode Penelitian untuk Perguruan Tinggi. Medan : Yayasan Kita Menulis.

Rosyada, Dede. 2020. Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan. Jakarta : Prenada Media.

Rukin. 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif. Takalar : Yayasan AHMAR Cendekia Indonesia.

Lindawati, Sri, dkk. Pemasaran Digital. Medan : Yayasan Kita Menulis.

Tanjung, Iwan F. 2018. Analisis Manajemen Pemasaran Dalam Mengembangkan Usaha Seni Kaligrafi. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.

Ratnawati, Anista Yulia, dan Edy Susena. 2017. Analisis Manajemen Pemasaran Batik di Kampung Batik Laweyan Surakarta. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta* Vol. 3, No. 1, hlm. 1-9.

Bakhri, Syaeful, dan Vuvut Futiah. 2020. Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*. Vol. 2, No. 2, hlm. 60-69.

