

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, R., & Sari, W. P. (2021). Komunikasi Pemasaran UMKM dalam Beradaptasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Hello Cafe). *Prologia*, 5(1), 167. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10107>
- Arifin, D. R. (2020). Pengertian Instagram. Retrieved October 29, 2021, from dianisa.com website: <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Christina, E., & Setyanto, Y. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Colourfun Booth dalam Mempertahankan Konsumen di Era New Normal. *Prologia*, 5(2), 398–404.
- Diansari, D. (2020). Strategi Pemasaran Saat Wabah Covid-19 - Universitas Islam Indonesia. Retrieved October 30, 2021, from uii.ac.id website: <https://www.uui.ac.id/strategi-pemasaran-digital-dalam-masa-wabah-covid-19/>
- Howard, Pn; Park, M. . (2012). Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli. Retrieved October 29, 2021, from Seputar Pengetahuan website: https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html#16PN_Howard_dan_MR_Parks_2012
- Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Indonesia Villajaya Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 61–73. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1261>
- Lamahan, V. V. (2014). Peran Komunikasi Antarpribadi Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa di Organisasi Biro Kerohanian Kristen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(April), 15–38.
- Mandala, M. D. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Candi Bumi Ayu di Kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 19(1), 1–18. Retrieved from https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1051/8/UNIKOM_44314025_SU'UD BANUN USWANAS_BAB II.pdf
- Martono, M. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pemasaran Bidai Terhadap Volume Penjualan Pada Sentra Industri Kecil Hingga Karya Kecamatan Jagoi Babang Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(1). Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/article/view/1654/1206>
- Mekari. (2018). Marketing: Definisi, Fungsi, dan Tujuan Bagi Perusahaan. Retrieved October 30, 2021, from Jurnal Entrepreneur website: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-fungsi-penting-dari-marketing-dalam-perusahaan-yang-jarang-anda-ketahui/>
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nidilah, W., & Purwanti, A. (2021). Media Informasi Sebagai Bentuk Strategi

- Komunikasi Pemasaran Pada Instagram Apple_Bth Dalam Menarik Minat Pembeli. *Ejournal.Upbatam.Ac.Id.* Retrieved from http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/3170
- Permatasari, D. (2021). Kebijakan Covid-19 dari PSBB hingga PPKM Empat Level. Retrieved October 30, 2021, from kompaspedia.kompas.id website: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan-covid-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level>
- Purwanti, A. (2018). Corporate Branding Sebagai Peran Public Relations PLN Bright Batam Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik. *Corporate Branding Sebagai Peran Public Relations PLN Bright Batam Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*, 3(1), 61–71. Retrieved from <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/85>
- Rahmawati, D., Pardian, P., Setiawan, I., & Sadeli, A. H. (2021). Komunikasi Pemasaran Coffe Shop Dalam Situasi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Work Coffee Indonesia Di Bandung). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 824–834. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/view/4826>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/JSMB.V6I2.6686>
- Sari, M., & Asmendri. (2018). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA*, 2(1), 15. Retrieved from <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159>
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (Ketiga; Y. S. Suryandari, Ed.). Bandung: ALFABETA.
- Wandi, S., Nurharsono, T., & Raharjo, A. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Active - Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 2(8), 524–535. <https://doi.org/10.15294/active.v2i8.1792>
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>