

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1 No.0, 1–10. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/login>
- 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 (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146. <http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1162/>
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Firmansyah, D. M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (ke-1). Cv. Penerbit Qiara Media.
- International Labour Organisation (ILO). (2021). *World Social Protection Report 2020-2022*.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13, 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MenKes/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *MenKes/413/2020*, 2019, 207.
- Kliatchko, J. (2005). Towards a new definition of integrated marketing communications (IMC). *International Journal of Advertising*, 24(1), 7–34. <https://doi.org/10.1080/02650487.2005.11072902>
- Kotler, A. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (ke 12). Penerbit Erlangga.
- Maulana, Egy Gilang; Martha, Layung Pramesti; Kusumaningtias, I. T. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum

- Cineplex Cibinong Square Dalam Menarik Minat Menonton Di Tengah Maraknya Video Streaming. *Jurnal CommLine*, 07(02), 94–105. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/1348>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12, 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Ke-1 (ed.)). Cakra Books.
- Pratiwi Ayunda, M., Aisyah, N., & Eka Saputra, F. (2021). Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang. *UMKM, Kewirausahaan, Manajemen Bisnis Pemasaran, Pandemi Covid-19, Ekonomi Kerakyatan*, February 2021, 305–317. <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/32361/0>
- Raharjo, D. A. L., Martha, L. P., & Adinugroho, P. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Agrowisata Taman Kupu-Kupu Sinarwangi Park Land Bogor Dalam Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(2), 166–176. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v3i2.1300>
- Rusdi. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb%0D>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Syahrudin, S. (2020). Menimbang Peran Teknologi dan Guru dalam Pembelajaran di Era COVID-19. *Menimbang Peran Teknologi Dan Guru Dalam Pembelajaran Di Era COVID-19*.
- Trisliatanto, D. A. (2019). *Metodologi Penelitian* (ke-1). Penerbit ANDI.
- World Health Organization. (2021). Critical Preparedness, Readiness and Response Actions for COVID-19: Interim Guidance. World Health Organization. *WHO Global Site*, 2(27 May 2021), 1–3.

<https://www.who.int/publications-detail/critical-preparedness-readiness-and-response-actions-for-covid-19>
<https://www.who.int/publications/i/item/critical-preparedness-readiness-and-response-actions-for-covid-19>
<https://www.who.int/en/>

