

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus pada Pemasaran Online di REALInc Store)*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Azman. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan. *Jurnal Perawi Vol. 1 No. 1*.
- Bekraf. (2019). *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches (3rd ed)*. Sage Publication Inc.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ichsan, A., & Verena, V. (2020). Mampukah Industri Kreatif Mengatasi Kejenuhan Pertumbuhan Ekonomi Nasional? *Jurnal Ekonomi Indonesia Vol. 9 No. 2 Agustus*.
- Iskandar, A., Possumah, B. T., & Aqbar, K. (2020). Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Sosial & Budaya Syar'I Vol 7 No. 7, 625-638*.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2009). *Marketing Communication: Taktik & Strategi (Cetakan Ke-3)*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Khoernnikmah, I., & Widarko, A. (2018). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma Vol. 7 No. 1 Februari*.

- Kurniawansyah, H., Amrullah , A., Salahuddin, M., Muslim, M., & Nurhidayati, S. (2020). Konsep Kebijakan Strategis dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi dari COVID-19 Pada Masyarakat Rentan di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities Vol. 1 No. 2 Edisi Juni 2020*.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang). *Jurnal Komunikasi Vol. 8 No. 1 Edisi Juli 2016*.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Jurnal Interaksi Vol. 4 No. 2 Juli*, 139-147.
- Miles, M., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (Second Edition)*. Sage Publication Inc.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja Dari Rumah (Work From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID-19. *The Indonesian Journal of Development Planning Vol. IV No. 2 Edisi Juni 2020*.
- Ningratari, Y. A. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan. *Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer Vol. 3 No. 1 Oktober*.

- Novel, B., & Astuti, S. R. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Luwak di Kota Semarang . *Diponegoro Journal of Management* .
- Rahayu, S. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kartu As Telkomsel Masyarakat Kota Makassar*. Makassar: Universitas Islam Negeri Allaudin .
- Rasam, F., & Sari, A. (2018). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru Cikampek. *Journal of Applied Business and Economics Vol. 5 No. 2 Desember* , 82-96.
- Rufaidah, P. (2016). *Strategi Pemasaran Produk Industri Kreatif*.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Gentung Ud Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 6 No. 2* , 49-54.
- Setiadi, N. (2020). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., DH, & Irawan . (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- WHO. (2020). *WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*. Dipetik November 2020, dari <https://covid19.who.int/>

Wibowo, H., Dimas, Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM . *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 29 No. 1 Desember*.

Yamali , F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Businesses*.