

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anggrasela, D. (2021). *Penerapan Strategi Marketing Mix Pedagang Muslim Masa Pandemi Covid-19*. Bengkulu: Diploma Thesis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno .
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- Aryanto, A. (2020). *Ditengah Covid-19 Pemasaran Online dan Digital Marketing jadi Pilihan*. Retrieved from Warta Ekonomi: <https://wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan>
- Aulia, C., & Bestri. (2020). *Manajemen Perencanaan Usaha Pada Pelayanan di Putry Wedding Organizer*. 157.
- Basu, Swastha, & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Capra, F. (2004). *Titik Balik Peradaban. Diterjemahkan dari The Turning Point oleh M. Thoyibi*. Yogyakarta: Bentang.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. London: Sage Publications.
- Effendy. (2003). *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- George, E. B., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion : An. Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Gerung, C. J., Sepang, a., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.5, 2221 - 222.
- Giandi, T. G. (2019). *Strategi Promosi Wedding Organizer Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Akun Instagram @ghaizaa_weddingmuslim)*. Bandung: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
- Humas, P. R. (2001). Elvinaro Ardianto.
- Kennedy, J. E., & Soemanegara, R. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*.
In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas. New York: Harper and Row.
- Lestiana, N. (2016). *Aktifitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Aktifitas Promosi Kuliner Pada Akun Instagram @Kulinersolo dikota Solo Surakarta)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Uni.
- Miles, M. B., & Huberman, A. (1992). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California : Sage.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nalini, S. (2021). Dampak-Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 662-669.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali.

- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Startegi dan Taktik*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, D. (2020). *Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru*. Riau: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam .
- Schramm, W. (1985). *The Process and Effect of Mass Communication*. New York: University Of Illinois Press.
- Sitorus, O., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Stainback, S., & William, S. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Iowa: Kendall / Hunt Publishing Company.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. (2007). Pengantar Semantik.
- Umar, H. (2003). *Strategic Management in Action: Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger*. Gramedia Pustaka Utama.
- Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wiersma, W. (2016). *“Trianggulasi” dalam Sugiyono Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

World Health Organization. (2020). *Naming the Coronavirus disease (Covid-19) and the virus that cause it (internet)*. Geneva: World Health Organization.
Retrieved from World Health Organization:
[https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)