

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ariyani, L. et al., (2021). *BOOK CHAPTER STRATEGI PEMASARAN: UMKM DAN PANDEMI COVID-19*. Deepublish Publisher.
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Enterprise, J. (2021). Jenis-Jenis Konten pada Instagram. In *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis* (pp. 6–8). PT Elex Media Komputindo.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Komunikasi*. CV Jejak Anggota IKAPI.
- Helianthusonfri, J. (2019). Belajar Social Media Marketing. In *PT Elex Media Komputindo*.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijawa Press (UB Press).
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). Konstruktivisme. In *Riset Kualitatif* (1st ed., p. 59). KENCANA.
- Nasrullah, R. (2020). Definisi Media Sosial. In *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (p. 11). Simbiosis Rekatama Media.
- Oktarina, Yetti & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. DEEPUBLISH (CV BUDI UTAMA).
- Panuju, R. (2019). Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran. In *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.).
- Prajarini, D. (2020). Jenis-Jenis Platform Media Sosial. In *Media Sosial Periklanan Instagram* (p. 3).
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Masyarakat di Era Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Salmiah, et al., (2020). *Online Marketing*. Yayasan Kita Menulis.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Online\\_Marketing/LVjVDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manfaat+social+media+marketing+SMM&pg=PA11&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Online_Marketing/LVjVDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manfaat+social+media+marketing+SMM&pg=PA11&printsec=frontcover)
- Sawhani, D. K. (2021). *DIGITAL MARKETING: BRAND IMAGES*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Silitonga, P. E. S. (2020). *Strategi Komunikasi dalam Bisnis*. Cipta Media Nusantara.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Strategi\\_Komunikasi\\_Dalam\\_Bisnis/iD4LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=fungsi+komunikasi&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Komunikasi_Dalam_Bisnis/iD4LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=fungsi+komunikasi&printsec=frontcover)

S, M. S. W., Kusuma, H., & Malang, D. F. E. B. U. M. (2020). Ekonomi Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19.

UMMPress. <https://books.google.co.id/books?id=zcwOEAAAQBAJ>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.

Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori: Teori dan Aplikasinya*. CV Pustaka Abadi.

Susilo, D. (2021). Pemasaran Instagram. In *It's MIAW (Marketing in A WEEK)* (p. 71). YRAMA WIDYA.

### **Skripsi**

Anjuni, A. R. D. (2021). Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Bagi Peningkatan Volume Penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung. *Skripsi, Pemasaran Media Sosial*. <http://repo.uinsatu.ac.id/20895/>

Ferdian, M. M. P. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIJAB DEENAY. *Skripsi, Social Media-internet Marketing*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169301/slug/pemanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-media-promosi-hijab-deenay.html>

Paramitha, C. S. (2017). Analisis Implementasi Social Media Marketing pada PT Matoa Indonesia Digdaya (Studi Pada Facebook dan Instagram PT Matoa Indonesia Digdaya) [Universitas Padjajaran]. In *skripsi*. <http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/23085%0D%0A>

Sholihah, A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta). *Skripsi, strategi promosi*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31929/>

Petri, M. M. (2020). STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699

### **Jurnal Nasional**

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

Lukitasari, L., & Nirawati, L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 190. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i3.10435>

Muhammad Ivan Rizki, Alfian Khamal Mustafa, Eullia Tri Mukti Hezak, & Puspita Annisa Utami. (2021). Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Digital oleh Petani Porang di Kabupaten Wonogiri Masa Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*,

2(1), 13–21. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v2i1.175>

Setianingtyas. (2020). *Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto Ayu Setianingtyas (1) Eka Indah Nurlaili (2)*. 17(2), 207–223.

Supriyanto, B. E., Ajie, I. Y., Biamrillah, M. A., & Yusuf, S. (2022). Analisis Peluang Social Media Marketing Untuk Memasarkan Produk UMKM Cibodas Jasa Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(2), 241–248.

### **Jurnal Internasional**

Chasanah, A., Jahroh, S., & Dewi, F. (2021). Digital Marketing Changes of Micro-Small Enterprises Before and During Covid-19 Pandemic in Bogor, Indonesia. *Business Review and Case Studies*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.17358/brcs.2.1.1>

Joseph, O., Tulung, J. E., & Wangke, S. (2020). Impact of Social Media Marketing Towards Business Performance of Msmes in Manado During Covid-19 Pandemic Dampak Pemasaran Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *596 Jurnal EMBA*, 8(4), 596–605.

Karima, S. N., & Tjokrosoekarto, T. C. (2020). Kopi Kenceng Marketing Strategy on Instagram and Facebook during the Pandemic. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(11). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)

Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1870797>

Vinaika, R., & Manik, D. (2017). How Instagram is Changing the Way Marketing Works? *International Journal of Management & Business Studies*, 7(4), 12–16. <http://www.ijmbs.com/Vol7/issue4/2-raj-vinaika.pdf>

### **Sumber Lainnya**

*Geliat UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19*. (2021, March 22). <https://mediaindonesia.com/nusantara/392331/geliat-umkm-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19>

Nugraha, I. A. (2016, April 11). Pentingnya Pemasaran dalam Suatu Usaha Bisnis. *Kompasiana.Com*. [https://www.kompasiana.com/irfan\\_aditya\\_nugraha/570af7bd719373ac242d68de/pentingnya-pemasaran-dalam-suatu-usaha-bisnis](https://www.kompasiana.com/irfan_aditya_nugraha/570af7bd719373ac242d68de/pentingnya-pemasaran-dalam-suatu-usaha-bisnis)

Rahmawati, I. et al., (2020). Whatsapp. In *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang* (p. 33). LPPM. [https://www.google.co.id/books/edition/Efektivitas\\_Penggunaan\\_Media\\_Sosial\\_untu/ghc7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=whatsapp+adalah&pg=PA33&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Efektivitas_Penggunaan_Media_Sosial_untu/ghc7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=whatsapp+adalah&pg=PA33&printsec=frontcover)

Stephanie, C. (2021, February 24). Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk

Indonesia Melek Media Sosial. *Kompas.Com*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif dan Tesis*.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun\\_Proposal\\_Penelitian\\_Kualitatif/jWjvDQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+penelitian+kualitatif+merupakan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun_Proposal_Penelitian_Kualitatif/jWjvDQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+penelitian+kualitatif+merupakan&printsec=frontcover)

Wasono, S. B. (2021). Kualitatif Deskriptif. In *Strategi dalam Meningkatkan Semangat Belajar Mahasiswa*. Guepedia.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Strategi\\_Dalam\\_Meningkatkan\\_Semangat\\_Bel/6KBKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kualitatif+deskriptif+adalah&pg=PA63&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Dalam_Meningkatkan_Semangat_Bel/6KBKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kualitatif+deskriptif+adalah&pg=PA63&printsec=frontcover)

[www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id)

[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

Zakariah, M. A. et al., (2020). Tahap Penelitian Kualitatif (Bentuk Instrumen Observasi). In *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Action Research Research and Development (R and D)* (pp. 41–44). Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.