

DAFTAR PUSTAKA

A. Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*.

Salemba Empat.

Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.

Azanella, L. A. (2020). *Apa Itu PSBB hingga Jadi Upaya Pencegahan Covid-19?*

Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/153415265/apa-itu-psbb-hingga-jadi-upaya-pencegahan-covid-19?page=all>

Basu, S. D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Liberty Offset.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. RajaGrafindo

Persada.

David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik*. Alih Bahasa Alexander Sindoro,

Prehallindo.

Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.

Elmira, P. (2020). *Tata Cara Gelar Resepsi Pernikahan dengan Protokol Kesehatan*

di Era New Normal. Liputan6.Com.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4298819/tata-cara-gelar-resepsi->

pernikahan-dengan-protokol-kesehatan-di-era-new-normal

Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

Firdaus, A. M. (2020). *Curhat Fotografer Nikah di Tengah Covid-19: Masa Panen Hilang!* Ayopurwakarta.Com. <https://purwakarta.ayoindonesia.com/bisnis-purwakarta/pr-32880119/Curhat-Fotografer-Nikah-di-Tengah-Covid19-Masa-Panen-Hilang>

Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition* (9th ed.). John Wiley & Sons Ltd.

Hamdani, T. (2020). *Babak-belur Bisnis Pesta Pernikahan, Omzet Anjlok 90%*. Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5180757/babak-belur-bisnis-pesta-pernikahan-omzet-anjlok-90>

Hardian, N. L. (2020). *Bisnis fotografi hadapi pandemi, pemotretan virtual hingga jual kopi*. Brilio.Net. <https://www.brilio.net/ekonomi/bisnis-fotografi-hadapi-pandemi-pemotretan-virtual-hingga-jual-kopi-2012100.html>

Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall.

Kotler Dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.).

Salemba Empat.

Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (18th ed.). PT. Ryuemaja Rosdakarya.

Nidaul Khasanah, F., Herlawati, Samsiana, S., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62.
<https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>

Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendekia.

Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Supriyatna, I. (2020). *11 Bisnis yang Paling Parah Terdampak Covid-19*. Suara.Com.
<https://www.suara.com/bisnis/2020/05/27/144827/11-bisnis-yang-paling-parah-terdampak-covid-19?page=allfdce3w4r>

Widya, T. (2020). *Dampak Covid-19, Omzet Vendor Event Anjlok Hingga 50%*. Batik TV. <https://batiktv.pekalongankota.go.id/berita/dampak-covid19-omzet-vendor->