

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, D. (2020). Pola komunikasi pemasaran café beranda depan dalam menyikapi dampak covid-19. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia). Diakses dari <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/15206/1/Laporan%20Keseluruhan%20Revisi%20Wisuda.pdf>
- Andi, D. (2021, Juli 13). “Tumbuh 2,45% Di Kuartal I 2021, Industri mamin sanggup bertahan di masa pandemi.” [industri.kontan.co.id](https://industri.kontan.co.id).  
<https://industri.kontan.co.id/news/tumbuh-245-di-kuartal-i-2021-industri-mamin-sanggup-bertahan-di-masa-pandemi>.
- Belch, G. E, and Michael, A. B. (2001). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Companies.
- . (2007). *Advertising and promotion: an integrated marketing communication perspective*. 8th edition. Boston: McGraw-Hill Companies.
- Denny, G, & Griswold, G. (2009). *Your public relation*. New York: Fark & Wangnalis Company.
- Faqir, A. A. (2020, Juli 14). “Nasib pengusaha restoran akibat pandemi, merugi hingga kehabisan modal.” [liputan6.com](https://www.liputan6.com).  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4305001/nasib-pengusaha-restoran-akibat-pandemi-merugi-hingga-kehabisan-modal>.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Khatimah, K. (2017). Penerapan komunikasi pemasaran daya grand square dalam menjalin loyalitas customer. (Skripsi, Universitas Hasanudin, Makassar, Indonesia). diakses dari <http://digilib.unhas.ac.id/opac/detail-opac?id=33289>
- Kotler, P.. (2008). *Manajemen pemasaran*. 12th ed. Jakarta.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Gramedia.
- Mardiansyah, Y. (2016). *Strategi komunikasi pemasaran kafe han's kopi dalam memperkenalkan brand-nya*. (Skripsi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia). diakses dari <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2012/G.311.12.0003/G.311.12.0003-15-File-Komplit-20190129014429.pdf>
- Middleton, J. (1980). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi pemasaran, strategi dan taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Saputra, D. (2021,Maret 19). “Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia

terdampak pandemi covid-19.” [ekonomi.bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19).  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>.

- Sari, J. I, and Joko, S. (2021). “Strategi bertahan café melalui pendekatan *integrated marketing communication* di masa pandemi covid-19.” *Jurnal Pustaka Komunikasi*. 4(1), 117–130.
- Schultz, P. W. (2005). “Values and their relationship to environmental concern and conservation behavior.” *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 36(4), 457-475.
- Soemanegara & Kennedy. (2006). *Marketing communication taktik dan strategi*. Jakarta: PT Buana Populer kelompok Gramedia.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2016). *prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supangat. (2020). *Technopreneurship Digital content*. (Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya Indonesia). diakses dari <http://repository.untag-sby.ac.id/6047/>
- Susan, G. (2011). *30-Minute social media marketing*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran. III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- . (2015). *Strategi pemasaran. 4th ed*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Victoria, A. O. (2021,Maret 26). “Hanya 12,5% UMKM di Indonesia yang kebal dari pandemi Covid-19.” [katadata.co.id](https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/605d9f635fdf7/hanya-12-5-umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19).  
<https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/605d9f635fdf7/hanya-12-5-umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19>.
- Wit, B. D. & Ron, M. (2010). *Strategy: process, content, context--an international perspective*. 4th ed. Boston: Cengage Learning.