

## DAFTAR PUSTAKA

### Penelitian terdahulu

Artis. (2011). Strategi Komunikasi Public Relations. *Jurnal Sosial Budaya*, Vol. 8

No. 02, 8(02), 68. (Diakses dari:

<https://books.google.co.id/books?id=krbWDgAAQBAJ&lpg=PR6&dq=kommunikasi&lr&pg=PR1#v=onepage&q=kommunikasi&f=true>)

Maulana, A., & Mulyana, M. (2020). Analisis Pengaruh Public Relation dan Sales

Promotion Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks di Kota Bogor.

*Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 47–62. (Diakses dari:

<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.327>)

Prakoso, F. A. (2020). Dampak Coronavirus Disease (Covid-19) Terhadap

Industri Food & Beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 33(2), 1–6. (Diakses

dari: <http://ejournal.stieibbi.ac.id/index.php/jmb>)

Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Pedoman

COVID-19. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53,

Issue 9).

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*,

51(1), 44–48.

Octaviany, A. A. I. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Bolu*

*Ta' Makassar dalam Menghadapi Persaingan*. UIN Alauddin Makassar.

Tan, A. M., Lestari, M. T., Sos, S., Salmiyah, D., Ali, F., Si, M., Telkom, U., Komunikasi, F., & Komunikasi, I. (2016). Respon konsumen pada strategi komunikasi pemasaran digital dinas pariwisata ekonomi kreatif, pemuda dan olahraga di kawasan wisata mandeh kabupaten pesisir consumers response of digital marketing communications strategy tourism and creative economy, youth. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2626–2634.

Ezizwita, & Sukma, T. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63.

#### **Websites**

Santia, T. (2020). Industri Makanan dan Minuman Paling Terdampak Virus Corona. *Liputan 6*, 1. (Diakses pada tanggal 15 September 2021 dari : <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4211947/industri-makanan-dan-minuman-paling-terdampak-virus-corona>)

Ekarina. (2020). Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi. *KataData*. (Diakses pada tanggal 15 September 2021 dari: <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi>)

Handayani, I. (2021). *Hangry Tuai Kesuksesan Bisnis Kuliner di Tengah Pandemi*. *Investor.id*. (Diakses pada tanggal 18 September 2021 dari: <https://investor.id/lifestyle/238862/hangry-tuai-kesuksesan-bisnis-kuliner-di-tengah-pandemi>)

Yuniar, N. (2021). *Perusahaan Rintisan Hangry Raih Pendanaan Rp188 miliar*.

(Diakses pada tanggal 25 September 2021 dari:

<https://www.antaraneews.com/berita/2136046/perusahaan-rintisan-hangry-raih-pendanaan-rp188-miliar#mobile-nav>)

Hidayat, F. (2021). *Hangry Aya di Bandung Sekarang*. *Bandung Side*. (Diakses

pada 25 September 2021 dari: <https://bandungside.com/2021/01/hangry-aya-di-bandung-sekarang/>)

Nurhanisah, Y. (2021). *Bersiap Hadapi New Normal Tidak Boleh Sembarangan*.

Indonesiabaik.Id. (Diakses pada 1 Februari 2022 dari :

<https://indonesiabaik.id/infografis/bersiap-hadapi-new-normal-tidak-boleh-sembarangan>)

Sitorus, A. (2020). *New Normal di Tengah Pandemi Covid-19*. Kementerian

Keuangan Republik Indonesia. (Diakses pada 1 Februari 2022 dari :

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn1-sidempuan/baca-artikel/13169/New-Normal-di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html#:~:text=New%20normal%20adalah%20perubahan%20perilaku,mencegah%20terjadinya%20penularan%20Covid%2D19.&text=Tatanan%20kehidupan%20baru%2C%20bisa%20dilakukan,penyebaran%20angka%20Covid%2D19%20menurun.>)

Wahyudi, E. (2020). *Kominfo Prediksi Penggunaan Internet Naik Terus Saat New*

Normal. *Tempo*. (Diakses pada 1 Februari 2022 dari:

<https://bisnis.tempo.co/read/1347280/kominfo-prediksi-penggunaan-internet->

[naik-terus-saat-new-normal/full&view=ok\)](#)

Widiyani, R. (2020). Tentang New Normal di Indonesia: Arti, Fakta dan Kesiapan Daerah. *DetikNews*. (Diakses pada 1 Februari 2022 dari: <https://news.detik.com/berita/d-5034719/tentang-new-normal-di-indonesia-arti-fakta-dan-kesiapan-daerah>)

### **Buku**

Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT Rajagrafindo Persada.

Beatty, M. J., McCroskey, J. C., & Valencic, K. M. (2001). *The Biology of Communication: A Communibiological perspective*. Hampton.

Brakus, J. ., Schmitt, B. ., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What is it? How is it measured? Does it Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(2).

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. Atlantic Journal of Communication.

Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.

Cutlip, Scott M., et al. (2011). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Kencana Prenada Media Group.

Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. PT Citra Aditia Bakti.

- Fachruddin, I. (2009). *Desain Penelitian*. Universitas Islam Negeri.
- Flew, T. (2005). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Flew, T. (2014). *New Media: An Introduction* (4th ed.). Oxford University Press.
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Andi Offset.
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns : A Strategic Approach* (3rd ed.). Kogan Page.
- Gudykunst, W. B., & Mody, B. (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication* (2nd ed.). Sage Publications Ltd.
- Jefkins, F. (2000). *Public Relations*. Erlangga.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite the Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizon.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. The MIT Press.
- Neuman, W. L. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan*

*Kuantitatif* (7th ed.). PT Indeks.

Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. Erlangga.

Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (2004). *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*. Pearson Education, Inc.

Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.

Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication Campaign*. Sage Publications Ltd.

Smith, R. D. (2005). *Strategic Planning for Public Relations* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Smith, R. D. (2009). *Strategic Planning for Public Relations* (3th ed.). Routledge.

Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw-Hill.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

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

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wardhani, D. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Graha Ilmu.

West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introduction to Communication Theory: An Analysis and Application* (4th ed.). McGraw-Hill.

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2009). *Strategies and Tactics 9th Edition*. Pearson Education.

Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. PT Rajagrafindo Persada.

