

DAFTAR REFERENSI

- Haryanto, H. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Pergerakan nilai tukar rupiah dan indeks harga saham gabungan (IHSG). *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 151–165.
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios (CAMA Working Paper 19/2020). *Australian National University. Crawford School of Public Policy.*, February, 1–55.
- Nita, S. K. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Cv Inti Abadi Jaya Tahun 2020. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21–32.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid--19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146–153.
- Jurnal, J. M. K. (2022). *Disrupsi Pandemi dan Strategi Pemulihan Industri Kreatif*. 7(1), 48–58.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Studi, P., Fakultas, M., & Universitas, E. (2020). *PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP KINERJA DAN*. III(2), 463–470.
- Djogo, O. Y. (2022). *STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM ERA DIGITAL PADA*. 13, 43–47.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Goestjahjanti, F. S. (2020). Dampak Imbalan Kerja Dan Harga Pokok Produksi Terhadap Laba Bruto Pt. Unilever Indonesia, Tbk. *Business Management Journal*, 16(2), 145.

<https://doi.org/10.30813/bmj.v16i2.2293>

Doaly, T. D. L., Wenten, I. K., Raphael, A., & Ratnasari, F. (2021). Dampak Berlakunya UU Omnibus Law Cluster Perpajakan Pada Grand Q Hotel Di Gorontalo. *Bhakti Persada*, 7(2), 71–77. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.71-77>

Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 5 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2007. Statistika Penelitian. Bandung: CV ALFABETA.

Supranto, J. 2000. Statistik Teori dan Aplikasi. Edisi I. Jilid I. Jakarta: Erlangga

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta

<https://bappeda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/artikel-pembangunan-pertumbuhan-ekonomi-53>

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/26/184500569/faktor-yang-mempengaruhi-pertumbuhan-ekonomi?page=all>

<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/12/05/strategi-indonesia-dalam-membangkitkan-perekonomian-nasional-pasca-covid-19-sudah-siapkah-untuk-bangkit-kembali-pada-2021/>

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-5-hal-penting-untuk-atasi-masalah-ekonomi/>

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid/>

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3150/kemajuan-ipitek-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-inovasi>