

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Setiawati and P. Widyartati, “*Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm.*” Semarang, p. 347, 2017.
- [2] T. Abdullah and F. Tantri, *Manajemen Pemasaran.* Jakarta, 2016.
- [3] E. Ardyan and O. T. Putri, “*Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis.*” STIE Surakarta, p. 16, 2019.
- [4] <http://sukabumiupdate.com>, “Dampak Covid Terhadap Ekonomi Indonesia,” 2020. .
- [5] Sari Anita Kartika, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Telkomsel Distribution Center Bojonegoro.*” Surabaya, p. 67, 2017.
- [6] Kamaruddin, “*Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam.*” UIN Alauddin Makassar, p. 89, 2017.
- [7] Y. Kusumawati, “*Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu).*” Universitas Riau Kampus Binawidya, p. 125, 2018.
- [8] S. W. Putro and H. Samuel, “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.*” Surabaya, p. 3, 2017.
- [9] R. Gusrizaldi and E. Komalasari, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan.*” *J. Valuta*, vol. 2, no. 2, pp. 286–303, 2016, doi: 10.1207/s15327914nc5502\_1.
- [10] A. K. Pakpahan, “*Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah.*” *JIHI J. Ilmu Hub. Int.*, vol. 20, no. April, pp. 2–6, 2020, doi: <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>.
- [11] J. Noor, *Metodelogi Penelitian.* Jakarta, 2016.
- [12] Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D.*” p. 247, 2014.
- [13] I. Ghazali, “*No Title.*” *Apl. Anal. Multivariat Dengan Progr. Spss*, p. 139, 2011.
- [14] W. Sulaiman, “*No Title.*” *Anal. Regresi menggunakan Spss Contoh Kasus dan Pemecahannya*, p. 87, 2014.

