

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol 11 (1).
- Aida, N. R. (2020, 12 18). *Pandemi Belum Berakhir, Bagaimana Perekonomian Indonesia pada 2021?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/18/100600765/pandemi-belum-berakhir-bagaimana-perekonomian-indonesia-pada-2021-?page=all>.
- Arikunto, S. (2010). *Metode peneltian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astri Rumondang Banjarnahor, B. P. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Byod, H. W. (2000). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Charles W. Lamb, J. F. (2001). *Pemasaran, Edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Donni Juni Priansa, S. S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan: Qiara Media.
- Dr. Safrizal ZA, M. D. (t.thn.). *Pedoman Umum Menghadapi PANDEMI COVID-19*.
- Dwi, W. A. (2020, Oktober 26). *jejakpiknik.com*. Diambil kembali dari 10 Kota Dengan Dengan Biaya Hidup Termurah DI Indonesia: <https://jejakpiknik.com/biaya-hidup-termurah-di-indonesia/>
- Fatimah, F. N. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara mengelola Kekuatan & Ancaman*. Togyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Grant, J. C. (2002). *Stategic Management*. Jakarta: Elex Media.
- Hamdan. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl (Brownis Pisang Khas Makassar) dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Kota Makassar.
- Haris Herdiansyah, M. (2013). *WAWANCARA, OBSERVASI, DAN FOCUS GROUPS Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Idris, M. (2020, November 22). *Kompas.com*. Diambil kembali dari Rincian Lengkap UMK 2021 di Seluruh DIY, Kota Yogyakarta Tertinggi:

<https://money.kompas.com/read/2020/11/22/092620026/rincian-lengkap-umk-2021-di-seluruh-diy-kota-yogyakarta-tertinggi?page=all>

- Indonesia, C. (2021, Maret 4). Mendag Lapoer ke Jokowi Perdagangan RI Melemah. *www.cnnindonesia.com*.
- Jazuli, S. (2016). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT El-Syifa Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan.
- Johnson, M. L. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kartinasari, M. (2015). PENGARUH MEDIA IKLAN (ABOVE THE LINE & BELOW THE LINE) PRODUK INDIHOME FIBER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Studi Kasus di Bandung Kota).
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lufityanti, G. (2021, Maret 25). *TribunJogja.com*. Diambil kembali dari Terdampak Pandemi, Sejumlah Ruko di Yogyakarta Mulai Gulung Tikar: <https://jogja.tribunnews.com/2021/03/25/terdampak-pandemi-sejumlah-ruko-di-yogyakarta-mulai-gulung-tikar>
- Mardiansyah, Y. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Kafe Han's Kopi dalam Memperkenalkan Brand-nya.
- Moekijat. (2000). *Kamus Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mongi, R. G. (2017). Strategi Promosi Batik Plumpungan Untuk Menarik Minat Konsumen Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Batik Plumpungan Salatiga).
- Moriarty, T. D. (1998). A Communication-Based Model for Managing Relationship. *Journal Marketing*.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi (Individu hingga Massa)*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (1990). *Komunikasi Antarbudaya*. Remaja Rosdakarya.
- Nanda, A. K. (2015). Social Marketing: A Literature Review. *International Journal of Science and Research (IJSR)* , 697.
- Negeri, T. K. (2020). *Pedoman Umum Menghadapi PANDEMI COVID-19*. Jakarta.
- Nurhadi, M. (2020, 4 6). 14.529 Pekerja DIY Kena PHK dan Dirumahkan Akibat Wabah Corona. Diambil kembali dari [suarajogja.id: https://jogja.suara.com/read/2020/04/06/140000/14529-pekerja-diy-kena-phk-dan-dirumahkan-akibat-wabah-corona](https://jogja.suara.com/read/2020/04/06/140000/14529-pekerja-diy-kena-phk-dan-dirumahkan-akibat-wabah-corona)

- Pradana, W. E. (2021, Febuari 7). *Kumparan.com*. Diambil kembali dari Perekonomian DIY Tahun 2020 Paling Terpuruk Se-Jawa: <https://kumparan.com/pandangan-jogja/perekonomian-diy-tahun-2020-paling-terpuruk-se-jawa-1v8BWW5PLY9/full>
- Prasetyo, B. D. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Priatmojo, G. (2021, Febuari 17). *suarajogja.id*. Diambil kembali dari Pernah Jadi Rajanya Ayam Goreng, Kondisi Yogya Chicken Bikin Warganet Sedih: <https://jogja.suara.com/read/2021/02/17/114521/pernah-jadi-rajanya-ayam-goreng-kondisi-yogya-chicken-bikin-warganet-sedih>
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Puspita, A. (2019). Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Pada PT.RIZMA Tour & Travel Banjarmasin. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2*.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*. Jakarta: Anggota IKAPI.
- Rangkuti, F. (2014). *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ronald, H. (2013). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. ALIF PERSADA NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK GARDEN HILLS ESTATE. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Ronny Kountur, D. P. (2003). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: CV Teruna Grafica.
- Rossa, V. (2020, Agustus 25). *Suara.com*. Diambil kembali dari Gegara Pandemi Covid-19, KFC Ubah Tagline untuk Sementara Waktu: <https://www.suara.com/lifestyle/2020/08/25/072355/gegara-pandemi-covid-19-kfc-ubah-tagline-nya-untuk-sementara-waktu>
- Sahin, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram @beautymaskerofficial.
- Santoso, Y. I. (2020, 12 22). *Sri Mulyani: Ekonomi Indonesia pada tahun 2020 berlangsung dramatis akibat pandemi*. Diambil kembali dari Kontan.co.id: <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-ekonomi-indonesia-pada-tahun-2020-berlangsung-dramatis-akibat-pandemi>
- Sari, A. A. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Deepublish.
- Sari, E. S. (1993). *Audience research : Pengantar studi penelitian terhadap pembaca, pendengar dan pemirsa Endang S. Sari*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga: Jakarta.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2007). *Inegrated Marketing Communication Teks dan Kasus*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Supriatna, E. (2020). Wabah Corona Virus Disease Covid 19 Dalam Pandangan Islam. *SALAM Jurnal Sosial & Budaya Syari* 07, 556.
- Suwandi, B. d. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tumbel, R. L. (2017). The Effect Of The Promotional Mix On Purchase Decision On Pt.Astra International Tbk-Daiharsu Branch Malalayang Manado (Case Study On Ayla Product Buyers). *Jurnal Emba*, 5(2), 1452–1462.