

DAFTAR PUSTAKA

- Adminkanwil. “Umrah 2022 Telah Dibuka, Berikut Syarat Penyelenggaraan Umrah di Masa Pandemi Covid-19.” *banten.kemenag.go.id*. Last modified 2022. <https://banten.kemenag.go.id/det-berita-umrah-2022-telah-dibuka-berikut-syarat-penyelenggaraan-umrah-di-masa-pandemi-covid19.html> diakses pada tanggal 6 Mei 2022.
- Anggraini, Miftah Aulia. “Daftar Tunggu Haji Balikpapan 32 Tahun, Kemenag Perbolehkan Anak Usia 12 Tahun Daftarkan Diri Artikel ini telah tayang di TribunKaltim.co dengan judul Daftar Tunggu Haji Balikpapan 32 Tahun, Kemenag Perbolehkan Anak Usia 12 Tahun Daftarkan Diri, [https://k.](https://k.kaltim.tribunnews.com)” *Kaltim.Tribunnews.com*. Last modified 2022. <https://kaltim.tribunnews.com/2022/03/06/daftar-tunggu-haji-balikpapan-32-tahun-kemenag-perbolehkan-anak-usia-12-tahun-daftarkan-diri> diakses pada tanggal 6 juni 2022.
- APJII. *Survei Pengguna Internet APJII 2019- Q2 2020 : Ada kenaikan 25,5 juta pengguna Internet Baru di RI. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. 74 ed. Vol. 74. Jakarta, 2020.
- Arifin, Muhammad. “Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi.” *EduTech* 3, no. 1 (2017): 117–132.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.

- Astiko. *Manajemen Strategi*. Malang: Bayumedia Publishing, 2014.
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, dan Ash Shadiq Egim. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Chakti, Andi Gunawan. *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Darmian, Ryan. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. India: Kogan Page, 2014.
- Fatihudin, Didin. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Keputusan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Febrianti, dan Fatmariyani. *Geliat Greenprenur*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (NEM), 2019.
- Fitrah, Muhammad, dan Luthfiyah. *Metode Penelitian Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Fuad, Muhammad, Sugiarto, Nurlela, dan Christine H. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Hamidi, Idham. “Analisis Strategi Perusahaan Teguh Mahakarya Yokyakarta.” Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yokyakarta, 2018.

Hanafie, Rita. *Pengatur Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

Hardilawati, Wan Laura. “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19.” *e-jurnal umri* 10, no. 1 (2020): 90–98.

Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, dan Nur Hilal. *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.

Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo, 2005.

Himawan, Abdurrahman Faris Indriya. “Digital Marketing: Peningkatan Kapasitas dan Brand Awareness Usaha Kecil Menengah.” *Jurnal Analis Bisnis Ekonomi* 17, no. 2 (2019): 85–103.

Joseph, Thomas. *Apps The Spirit Of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elek Media Komputindo, 2011.

Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998.

Madan, Supriya, dan Rajan Gupta. *Digital Marketing: The Science and Magic of Digital Marketing Can Help You Become a Successful Marketing Professional*. India: BPB Publications, 2022.

Mahli, Ali Kabul, dan Sri Indra Trigunarso. *Perencanaan Pembangunan Daerah Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.

- Mahmud, Windu. *Bisnis Online SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021.
- Mardawani. *Praktif Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Mardia, Mariana Simanjuntak, Rosintan Sipayung, Moses Lorensius Parlinggoman Hutabarat, Liharman Saragih, dan Ince Weya. *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Moonti, Usman. *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena, 2015.
- Muhammad, Akanta. *Cara Sukses Berjualan Online*. Yogyakarta: Absolute Media, 2022.
- Mulyanta, Edi S. *Pengelolaan Digital Image dengan Photoshop CS2*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- Musfar, Tengku Firlil. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Musnaini, Asrini, Dede Andi, Melda Wiguna, dan Kristiani. *Umkm Digital Era New Normal*. Selayo: PT. Insan Cendekia Mandiri, 2021.

- Nazaruddin, Nasrun, Rahmat Hidayat, dan Ricco Andreas. “Analisi Strategi Pemasaran dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umroh Prospektif (Studi pada PT. Makkah Multazam Safid dan Al Madinah).” *Nizham: Jurnal Studi Keagamaan* 8, no. 1 (2020): 95–112.
- Noor, Syamsudin. “Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang.” *Jurnal Intekna* 1, no. 2 (2018): 102–109.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2014.
- Rudi, Santoso. “Review Of Digital Marketing & Business Sustainability Of E-Commerce During Pandemic Covid-19 In Indonesian.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan* 5, no. 2 (2020): 95–106.
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Shobirin. “Jual Beli dalam Pandangan Islam.” *Jurnal Bisnis* 3, no. 2 (2018): 242–244.
- Sitorus, Sunday Ade, Antonius Philipus Kurniawan Gheta, Hastin Umi Anisah, Hesti Umiyati, dan Nana Triapnita Nainggolan. *Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

- Srinivasan, R., dan C.P. Lohith. *Strategic Marketing and Innovation for Indian MSMEs*. Singapore: Springer Nature Singapore, 2017.
- Sudarmanto, Eko, Ardharisksa Zukhruf Kumiullah, Erika Revida, Rolyana Ferinia, dan Fitri Suyuthi. *Desain Penelitian Bisnis Penelitian Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Suhendi, Hendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Suryani, Taktik, Mochammad Nurhadi, dan Abu Umar Fauzi. *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website, dan Media Sosial*. Jakarta: Jakad Media, 2020.
- Tanama, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Taufiqurokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1995.
- Visser, Marjolein, Berend Sikkenga, dan Mike Berry. *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI*. Netherland: Taylor & Francis, 2019.
- Wertime, Kent, dan Ian Frenwick. *DigiMarketing: The Essential Guide to New*

Media & Digital Marketing. John Wiley & Sons (Asia). Singapore, 2008.

Wijoyo, Hadion. *Transformasi Digital dari Berbagai Aspek*. Selayo: PT. Insan Cendekia Mandiri, 2021.

Wijoyo, Hadion, Yoyok Cahyono, Aris Ariyanto, dan Fery Wongso. *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. Selayo: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2020.

Yam, Jim Hoy. *Manajemen Strategi: Konsep & Implementasi*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020.

Yusuf. "Pandemi Covid-19 Pacu Adaptasi Gunakan Teknologi Digital."

Kominfo.go.id. Last modified 2021. Diakses Mei 30, 2022.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/32602/pandemi-covid-19-pacu-adaptasi-gunakan-teknologi-digital/0/berita_satker.