

DAFTAR PUSTAKA

- Albasir, D. (2019). *Pengembangan Objek Wisata Bukit Pongan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)*.
- Alfonsius. (2020). Pelayanan Online Di Era New Normal. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 4(2), 91–100.
- Andam, K., Al-hassan, R. M., Asante, S. B., Diao, X., Frohlich, E. D., Ré, R. N., Series, S. L. (2015). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689–1699. Retrieved from http://www.statsghana.gov.gh/docfiles/glss6/GLSS6_Main
- Apriliani, F. T., Wibowo, H., Humaedi, S., & Irfan, M. (2020). Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 2(2), 133. <https://doi.org/10.24198/jkrk.v2i2.29123>
- Asriandy, I. (2016). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air. *Universitas Hasanudin*.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Bahri, S., & Arafah, N. (2020). Analisis Manajemen Sdm Dalam Mengembangkan Strategi Pembelajaran Di Era New Normal. *Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 1(1), 20–40. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?start=0&q=manajemen+sekolah+di+era+pandemi&hl=id&as_sdt=0,5
- Bariyyah, S., Okfitasari, A., & Meikhati, E. (2020). *Profesi akuntan di era new normal*. 1(1), 7–13.
- Ekonomi, F., & Bisnisislam, D. A. N. (n.d.). *Dori risda firma 14 232 020*.
- Goleman et al., 2019. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699
- Januar Mahardhani, A. (2020). Perspektif Kenormalan Baru. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(2), 65–76. <https://doi.org/10.24269/jpk.v5.n2.2020.pp65-76>
- Karinda, M. V. A., Mananeke, L., Roring, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1568–1577. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20265>

- Kebunrayasriwijaya. (2016). Konservasi In & Ex-situ. <http://www.kebunrayasriwijaya.com/id/konservasi-in-ex-situ-tanaman-basah/>. diakses pada tanggal 30 Januari 2021.
- Kiswanto, A., Rohman, H., & Susanto, D. R. (2020). Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 1(2), 38–51.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan. *I-Economics*, 3(1), 73–92.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Perdana, R. C., Agustino, M. R (2020). Adaptasi dan Kebiasaan Baru Human Resource Department di Masa Pandemi Covid-19. *Busines*, 2 (3), 201–204. Retrieved from <http://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/138>
- Putri, N. A. (2016). Desain Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 118–127.
- Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p10>
- Rusidi, M. (2019). Strategi Pemasaran. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54.
- Sawitri, D. R., Nurtjahjanti, H., & Prasetyo, A. R. (2019). *Buku Ajar Seminar Proposal*.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Center Academic Publishing Sevive.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Center Academic Publishing Service.
- Suryawati, D. A., & Osin, R. F. (2019). Analisis Menu Untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bunut Café Di Hotel White Rose Legian Kuta. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 29. https://doi.org/10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v3i1.49.
- Susanto, M., & Asmara, T. T. P. (2020). Ekonomi versus Hak Asasi Manusia dalam Penanganan Covid-19: Dikotomi atau Harmonisasi. *Jurnal HAM*, 11(2), 301. <https://doi.org/10.30641/ham.2020.11.301-317>
- Syuhud, M. (2019). *Tentang : Manajemen Pemasaran : (5)*.
- Taufik, H. W. (2020). Birokrasi Baru Untuk New Normal: Tinjauan Model Perubahan Birokrasi Dalam Pelayanan Publik di Era Covid-19. *Dialogue*

Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 2(1), 1–18. Retrieved from <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dialogue/article/view/8182>

Technische Universität München, L.-M.-U. M. (2018). *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah*, 2(2), 230. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>

Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi*, 9(1), 346–354. Retrieved from <http://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/397>.

