

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Fadliyati, Rati. (2015) Penggunaan Media S2DLS (Sony Sugema Digital Learning System) Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada SMA Alfa Centauri Bandung Universitas Pendidikan Indonesi.repository.upi.edu. perpustakaan.upi.edu
- Goleman et al., 2019. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699
- Imam Ardiansyah. (2019). Aspek Hukum Pemberlakuan PSBB dalam Rangka Penanganan Corona Virus Diase 2019, 4(1), 75–84.
- Januar Mahardhani, A. (2020).Perspektif Kenormalan Baru. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(2), 65–76. <https://doi.org/10.24269/jpk.v5.n2.2020>. pp 65-76
- 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>
- Kiswantoro, 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.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Perdama, R. C., Agustino, M. R (2020). Adaptasi dan Kebiasaan Baru Human Resource Department di Masa Pandemik 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., & Adikampa, 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*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Center Academic Publishing Sevive.
- 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.
- 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*.
- 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>.
- Yolanda, F., & Dwiridhotjahono, J. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Antena HDF Surabaya. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 231 - 239. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1841>
- Aggon, E., Agirbas, O., Ucan, I., & Hackney, A. C. (2017). The effect of extreme sports on oxidative stress. *Archives of Budo Science of Martial Arts and Extreme Sports*, 13(March), 85–90.
- Albasir, D. (2019). *Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangongan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)*.
- Alfonsius. (2020). Pelayanan Transportasi 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., Navar, L. G., ESS, V. R. –, FAO-UNIDO, Haines et al, 2019, Vorst, J. G. A. J. van der, Silva, C. A. da, Trienekens, J. H., Francisco, A. R. L., Agro-industry, T. F., Scope, P., Db, A. I. M., Future, A. I. M., Why, A., ... Series, S. L. (2015). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689–1699.
- Apriliani, F. T., Wibowo, H., Humaedi, S., & Irfan, M. (2020). Model Keberfungsi Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 2(2), 133. <https://doi.org/10.24198/jkrk.v2i2.29123>
- Arli, D., Tjiptono, F., & Porto, R. (2015). The impact of moral equity, relativism and attitude on individuals' digital piracy behaviour in a developing country. *Marketing Intelligence and Planning*, 33(3), 348–365. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2013-0149>
- 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.
- Bariyyah, S., Okfitasari, A., & Meikhati, E. (2020). *Profesi akuntan di era new normal*. 1(1), 7–13.
- Chang, H., & Huang, Y.-T. (2012). Paragliding Adventure Recreation Consumers ' Activity Motivation , Enduring Involvement and Their Involved Behavior. *Journal of International Management Studies*, 7(2), 61–74.

- Ekonomi, F., & Bismisislam, D. A. N. (n.d.). *Dori risda firma* 14 232 020.
- Firdaus, M. L., Alwi, W., Trinoveldi, F., Rahayu, I., Rahmidar, L., & Warsito, K. (2014). Determination of Chromium and Iron Using Digital Image-based Colorimetry. *Procedia Environmental Sciences*, 20, 298–304. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2014.03.037>
- Indardi, N., & Sahri, S. (2020). Pengembangan Paralayang Ternadi di Kabupaten Kudus. *Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 10(1), 19–22. <https://doi.org/10.15294/miki.v10i1.21480>
- Ivanov, M. (2019). Essence, Peculiarities and Trends in the Development of Extreme Tourism in Bulgaria. *Knowledge International Journal*, 30(6), 1779–1784.
<https://doi.org/10.35120/kij30061779i>
- Januar Mahardhani, A. (2020). Menjadi Warga Negara yang Baik pada Masa Pandemi Covid-19: 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 Indihome Pt.Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1568–1577. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20265>
- Kiswantoro, 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 Pada Butik Calista. *I-Economics*, 3(1), 73–92.
- PERDANA, R. C., AGUSTINO, M. R., & ... (2020). Adaptasi dan Kebiasaan Baru Human

- Resource Department di Masa Pandemik Covid-19. *Business ...*, 2(3), 201–204.
- Reynolds, P., & Lancaste, G. (2020). Introduction to marketing. *Marketing, January*, 7–19.
<https://doi.org/10.4324/9780080496443-4>
- Rusidi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54.
- Sunyoto, D., Raharti, R., Ekonomi, F., & Janabadra, U. (2014). Kualitas strategi bersaing guna meningkatkan kinerja perusahaan pada ukm dan koperasi gerabah kasongan bantul. *Efektif Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 5(2), 160–173. http://jurnalefektif.janabadra.ac.id/wp-content/uploads/2015/11/EFEKTIF-DES-2014_4.pdf
- 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 : Dosen Pembimbing : 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.
- Tiesnamurti, B. (2020). *PROSPEK PETERNAKAN DI ERA NORMAL BARU PASCA PANDEMI COVID-19 : PEMANFAATAN BERKELANJUTAN SUMBERDAYA GENETIK TERNAK SEBAGAI*.
- Wibowo, A., & Giessen, L. (2015). Absolute and relative power gains among state agencies in

forest-related land use politics: The Ministry of Forestry and its competitors in the REDD+ Programme and the One Map Policy in Indonesia. *Land Use Policy*, 49, 131–141.

<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.07.018>

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>

Wilkes, M., Simpson, A., Knox, M., & Summers, L. (2013). The kilimanjaro score for assessing fitness to fly paragliders at high altitude. *High Altitude Medicine and Biology*, 14(3), 304–307. <https://doi.org/10.1089/ham.2013.1035>

Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi*, 9(1), 346–354.