

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis* (4th ed.). PT Rhineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran syariah : Teori filosofi dan isu-isu kontemporer*. Rajawali Pers.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM Dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia (ed.); 1st ed.). DEEPUBLISH.
- Ayu Mirah Anjasmara Putri, I. G. S. (2022). DIGITAL MARKETING STRATEGY TO SURVIVE DURING COVID-19 PANDEMIC. *International Journal Of Economics, Business, Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1). <https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Bungin, B. (2015). *Analisis data penelitian kualitatif*. Rajawali Pers.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2012). *Digital Marketing : Strategy, Implementation, and Practice* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Cr10. (2022). Sedih! Akibat Pandemi dan Serbuan Belanja Online, Pasar Poncol Jakpus: Dulu Meraja Sekarang Malah Merana. *POSKOTA*. <https://poskota.co.id/2022/02/06/sedih-akibat-pandemi-dan-serbuan-belanja-online-pasar-poncol-jakpus-dulu-meraja-sekarang-malah-merana>
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Achmad Fawaid (ed.); 3rd ed.). Pustaka Belajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Daud, I. (2021). *Manajemen Pemasaran: dengan pendekatan digital marketing* (1st ed.). Indomedia Pustaka.
- Daulay, F. E. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Ritel*. <http://www.fajardaulay.com/2020/10/strategi-pemasaran-bisnis-ritel.html>
- Effendi, J., & Ibrahim, J. (2018). *Metode Penelitian Hukum*. Prenada Media Group.
- Fakhrurozi Rifqi Nur, Kusumawati Andriani, R. K. (2018). THE EFFECT OF MARKETING MIX FOR E-COMMERCE ON CUSTOMER ONLINE

- BEHAVIOUR: A STUDY ON LANGUAGE SERVICES PROVIDER. *Eurasia: Economics & Business*, 7(June). <https://doi.org/DOI>
<https://doi.org/10.18551/econeurasia.2018-07>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruz Media.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Hikmahwati, & Sahla, W. A. (2022). Technological Capital Mediation on the Effect of Digital Marketing in Increasing MSMEs Sales in Batola Regency. *Ilomata International Journal of Social Science*, 3(3), 337–349. <https://doi.org/https://doi.org/10.52728/ijss.v3i3.497>
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Irawan, & Dharmmesta, B. S. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Jamison, K. (2021). *The Hourglass Sales Funnel*. Contentharmony.Com. <https://www.contentharmony.com/blog/hourglass-sales-funnel/>
- Jayabaya, P., & Mediawati, P. N. (2018). Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, VIII(2).
- Juliansyah. (2014). *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (B. Sabran (ed.); 12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.); 6th ed.). Penerbit Andi.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Panduan Marketplace*. CV Global Aksara Press.
- Lova, C. (2020). Sudin KUMKM Jakpus Tutup Sementara Pasar Poncol Selama PSBB. *Kompas.Com*.

- <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/21/18425721/sudin-kumkm-jakpus-tutup-sementara-pasar-poncol-selama-psbb>
- Luthfiyah, N. (2022). Kondisi Perekonomian Indonesia sejak Pandemi Covid-19. *Kompasiana*.
<https://www.kompasiana.com/nisaluthfiyah4843/62ab6f40fdcdb474b92e3463/kondisi-perekonomian-indonesia-sejak-pandemi-covid-19>
- M, M., & Esterlina, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Indomedia Pustaka.
- Manggabarani, A., Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Triwardhani, D., Marwan, D., Febrianty, Sudarmanto, E., BS, D. A., & Sudirman, A. (2021). *Marketing Digital Usaha Mikro* (A. Masruroh (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada.
- Mishbakhudin, M., & Aisyah, M. (2021). The E-Marketing Mix Strategy of Tokopedia Salam during the Covid-19 Pandemic. *International Research Journal of Business Studies*, 14(3), 215–227.
<https://doi.org/10.21632/irjbs.14.3.215-227>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Rosdakarya.
- Munir, M. (2021). Sejarah Singkat Pasar Poncol Senen, Tahun 1965 Pedagang Masih Menggunakan Pikulan. *WARTAKOTALive.Com*.
<https://wartakota.tribunnews.com/2021/10/24/sejarah-singkat-pasar-poncol-senen-tahun-1965-pedagang-masih-menggunakan-pikulan?page=2>
- Nanorame. (2021). *Pedagang Poncol Ingin Ada Perubahan*.
<https://sketsindonews.com/pedagang-poncol-ingin-ada-perubahan/>
- Novika, S. (2021). Nasib Pedagang Tanah Abang, Omzet Nol Tapi Masih Kena Bayar. *Detikfinance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5385565/nasib-pedagang-tanah-abang-omzet-nol-tapi-masih-kena-bayar-sewa>.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *PERILAKU KOMSUMEN & MARKETING STRATEGY* (Yati Sumiharti (ed.); 2nd ed.). Salemba.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

- <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putra, N. P. (2020, September 19). Kebakaran Pasar Poncol Senen Diduga Karena Korsleting Listrik. *Liputan6.Com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/2604982/kebakaran-pasar-poncol-senen-diduga-karena-korsleting-listrik>
- Putri, C. A. (2020). Sedihnya, Omzet UMKM Turun 30% di Masa Pandemi Covid-19. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20201215131853-4-209208/sedihnya-omzet-umkm-turun-30-di-masa-pandemi-covid-19>
- Rachmat Kriyantono. (2014). *Teknis Praktis: Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Grup.
- Rahmat Gunawan, Rini Malfiany, & Hamdan Yosep Pane. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus Dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 25–36. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.416>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Rozzaak, A., Suci, P., & Ma'atul, F. (2021). Strategy for Application of Marketing Mix (7P) in Marketing of Akaza Wooden Craft Products at UD Mitra Karya Sejahtera Jombang. *MULTIDISCIPLINE-International Conference 2021*, 1(1), 239–247.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia.
- Sari, R. P. (2017). Marketing Mix Implementation in Small Medium Enterprises: A Study of Galeristorey Online Business. *Etikonomi*, 16(1), 115–126. <https://doi.org/10.15408/etk.v16i1.3950>
- Sarwono, J. (2013). *Mixed Methods*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Satibi, I. (2011). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Ceplas.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran* (Y. Lamarto (ed.)). Erlangga.
- Stockdale, Ahmed, & Scheepers. (2012). *Identifying Business Value from The Use of Social Media: An SME Perspective*. Pacific Asia Conference on Information Systems. Association for Inforamtion System Electronic Library.

- Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan mix method*. Rajawali Pers.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Suaka Media.
- Suhairi, Siregar, P., Mawar, A., Devita, B., Mela, & Hidayat, T. (2022). Sales Marketing Strategy in the Petisah Market During Covid 19. *Journal Of Social Research*, 1(2), 110–116. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i2.24>
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supriyanto, J. (2020, April 21). *Pemkot Jakarta Pusat Tutup Sementara 614 Kios Pasar Poncol Senen yang Bandel Saat PSBB*. <https://wartakota.tribunnews.com/2020/04/21/pemkot-jakarta-pusat-tutup-sementara-614-kios-pasar-poncol-senen-yang-bandel-saat-psbb?page=2>
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif, PTK, dan R&D*. Fairuz Media.
- Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT.Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. CV Andi.
- Wijaya, A., Jamaludin, Naseh, A., Imam, R., Fauziah, & Grace, E. (2022). *THE ART OF DIGITAL MARKETING : STRATEGI PEMASARAN GENERASI MILENIAL*. CV Media Sains Indonesia.
- Yazid. (2010). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Ekonisia.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.