

## DAFTAR PUSTAKA

- A. S., R., & Shalahuddin, M. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Aeni, S. N. (2022). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/safrezi/berita/62130e3d98f90/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi](https://katadata.co.id/safrezi/berita/62130e3d98f90/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi),
- Alifuddin, M., & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi, Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MAGNAScript Publishing.
- Alika, R. (2020). *Survei: 54% UMKM Pakai Media Social untuk Pacu Penjualan saat Pandemi*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/ekarina/berita/5efdb7a7bea69/survei-54-umkm-pakai-media-sosial-untuk-pacu-penjualan-saat-pandemi](https://katadata.co.id/ekarina/berita/5efdb7a7bea69/survei-54-umkm-pakai-media-sosial-untuk-pacu-penjualan-saat-pandemi)
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Buttle, F. (2015). *Customer Relationship Management (3rd Edition)*. Amsterdam: Elsevier Publishing.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. Pearson.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Ekarina. (2022). *Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi](https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi)
- Elvira, V. (2021). *Revolusi Industri 4.0 berikan peluang baru bagi masa depan bisnis di tanah air*. Retrieved from [kontan.co.id: https://industri.kontan.co.id/news/revolusi-industri-40-berikan-peluang-baru-bagi-masa-depan-bisnis-di-tanah-air](https://industri.kontan.co.id/news/revolusi-industri-40-berikan-peluang-baru-bagi-masa-depan-bisnis-di-tanah-air)
- Fajri, D. L. (2022). *5 Fungsi Manajemen Menurut Henry Fayol*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/agung/berita/62268e0e3f430/5-fungsi-manajemen-menurut-henry-fayol#:~:text= Fungsi%20manajemen%20menurut%20Henry%20Fayol%20dibagi%20menjadi%205%20yaitu%20perencanaan,pengarahan%2C%20koordinasi%2C%20dan%20pengendalian](https://katadata.co.id/agung/berita/62268e0e3f430/5-fungsi-manajemen-menurut-henry-fayol#:~:text= Fungsi%20manajemen%20menurut%20Henry%20Fayol%20dibagi%20menjadi%205%20yaitu%20perencanaan,pengarahan%2C%20koordinasi%2C%20dan%20pengendalian)
- Handoko. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Ikhsan. (2020). *Bisnis Baru yang Muncul Karena Revolusi Industri 4.0*. Retrieved from [sasanadigital.com: https://sasanadigital.com/bisnis-baru-yang-muncul-karena-revolusi-industri-4-0/](https://sasanadigital.com/bisnis-baru-yang-muncul-karena-revolusi-industri-4-0/)
- Indrajani. (2018). *Database Systems All In One Theory, Practice, And Case Study*. Jakarta : PT Alex Media Komputindo.
- Iriandini, A. P. (2015). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT*

- Gemilang Libra Logistics Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 23(2).
- Iskandar. (2021). *Pandemi Paksa Pelaku Usaha Bertransformasi ke Sektor Digital*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4697332/pandemi-paksa-pelaku-usaha-bertransformasi-ke-sektor-digital>
- Jayani, D. H. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Meningkat saat Pandemi Covid-19*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/06/penetrasi-internet-indonesia-meningkat-saat-pandemi-covid-19>
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Laksmiana, I. N., Eka, I. G., & Landra, I. N. (2018). Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty at Pt . Harmoni Permata Gianyar, Bali. *International Journal of Contemporary Research and Review* Vol. 9(3).
- Mahadi, T. (2021). *Pandemi membuat akses data internet terus tumbuh*. Retrieved from kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/pandemi-membuat-akses-data-internet-terus-bertumbuh>
- Mediana. (2020). *Pemerintah data 226.586 Seniman dan Pekerja kreatif yang Terdampak Covid-19*. Retrieved from kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/dikbud/2020/04/13/pemerintah-data-226-586-seniman-dan-pekerja-kreatif-yang-terdampak-covid-19>,
- Mutiah, D. (2020). *Fotografi, Lokomotif Penting Kebangkitan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4385542/fotografi-lokomotif-penting-kebangkitan-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Ramadhan, A. B. (2016). Peran E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan, Studi Pada Harris Hotel & Conventions Malang.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2022*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>,
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sánchez-Franco, M. J., P.-P. B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education* Vol.74.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, I. (2021). *AIDA Marketing : Pengertian, Tahapan dan Contoh Nyata*. Retrieved from ihsansantoso.com: <https://ihsansantoso.com/aida-marketing/>
- Yasyi, D. N. (2020, Agustus 31). *Tahun 2020, Sektor Ekonomi Kreatif Akan Sumbang Rp1.100 Triliun ke PDB Indonesia*. Retrieved from goognewsfromindonesia.id:

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/08/31/tahun-2020-sektor-ekonomi-kreatif-akan-sumbang-rp1-100-triliun-ke-pdb-indonesia>

Yushindo, P. T. (2017). Penerapan Algoritma Naive Bayes Untuk Memprediksi Jumlah Produksi Barang Berdasarkan Data Persediaan dan Jumlah Pemesanan Pada CV. Papa dan Mama Pastries. *Jurnal Mantik Penusa*, Vol.1(2).



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA