

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). Retrieved from Gramedia Blog``: https://www.gramedia.com/best-seller/genre-musik/#Pengertian_Musik
- Astutik, Y. (2020). *Pengalaman Eka Gustiwana, Musisi Putar Otak Kala Pandemi*. Jakarta: Cnbcindonesia.com.
- Fachri, M., & Imzaqiyah, L. (2019). Konsep Marketing dalam Meningkatkan Minat Input di Lembaga Pendidikan Islam. *Managere: Indonesia Journal of Educational Management*, 76-85.
- Hakim, H. L., Wahyudi, E., & Mustika, I. (2012). Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT Cartenz Indonesia Cabang Jember. *UNEJ Jurnal*, 1-17.
- Hoekstra, J. C., & Leeflang, P. S. (2020). Marketing in The Era of Covid-19. *Italian Journal of Marketing*, 249-260.
- Huberman, M. M. (1992). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Beverly Hills: SAGE.
- Iswari, F. M. (2015). Representasi Pesan Lingkungan dalam Lirik Lagu Surat Untuk Tuhan Karya Group Musik "Kapital" (Analisis Semiotika). *eJournal Ilmu Komunikasi* , 254-268.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas (Alih Bahasa dari Bahasa Inggris oleh Sabran B) (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator*, 291-296.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang). *Jurnal Komunikasi UNTAR*, 83-98.
- Lohmann, G., & Netto, A. P. (2017). *Tourism theory: Concepts, Models, and Systems*. Oxforshire: CABI.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2*, 116-129.
- Mahmud, B. Y., & Ratmanto, T. (2016). Program Corporate Social Responsibility (CSR) "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 187-192.

- Messick, K. J. (2020). Music Industry in Crisis: The Impact of A Novel Coronavirus on Touring Metal Bands, Promoters, and Venues. *OSF Preprints*, 1-36.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Natarajan, R., & Bagozzi, R. P. (1999). The Year 2000: Looking Back. *Psychology & Marketing*, 631-642.
- Nathania, R. (2021). *Menyelami Konsep 7P dalam Marketing Mix (Bauran Pemasaran)*. Jakarta: Glints.
- Nuraini, T. (2020, April 2). *Trending*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/trending/kronologi-munculnya-covid-19-di-indonesia-hingga-terbit-keppres-darurat-kesehatan-klh.html>
- Nursawitri, N. (2018). Strategi Manajerial Madrasah dalam Meningkatkan Kedisiplinan Peserta Didik (Studi Kasus Di Mi Nurul Huda Grogol Sawo). *Repository Muhammadiyah University of Ponorogo*.
- Oktaviano, D. (2020). *Jokowi Undang Artis ke Istana, Minta Kampanyekan Protokol Covid-19*. Jakarta: Kompas.com.
- Pandey, N. (2021). Digital Marketing Strategies for Firms in Post Covid-19 Era: Insights and Future Directions. In N. Pandey, *The New Normal Challenges of Managerial Business, Social, and Ecological Systems in The Post Covid-19 Era* (pp. 107-124). London: Bloomsbury Publishing.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan* , 1-9.
- Putra, D. A. (2021). *Industri Musik Rugi hingga Rp 434 Triliun Akibat Pandemi Covid-19*. Jakarta: Liputan6.com.
- Putri, W. F. (2021). *Tren Mendengarkan Musik di Indonesia Berubah, Streaming Makin Populer*. Jakarta: medcom.id.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Ramadhanti, A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah di Samarinda. *Administrasi Bisnis Volume 5, No. 2*, 269-282.
- Safriana, L. (2020). *Tantangan Berat Seniman Pertunjukan di Masa Pandemi Corona*. Jakarta: Karadata.co.id.

- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 71-90.
- Situmorang, J. R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Pendidikan, dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73-87.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Wulandari, C. (2020). Perancangan Media Promosi Tradisi Makan Bedulang Belitung. 1-65.
- Y. D. (2016). Implementasi POAC Terhadap Kegiatan Organisasi Dalam Mencapai Tujuan Tertentu. *Jurnal Warta*.
- Zebua, F. (2018, Maret 3). Retrieved from Dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>