

## DAFTAR PUSTAKA

A Global Snapshot Of Music Engagement, 24th September 2019, accessed 15 Juli 2020 <https://www.ifpi.org/consumer-research.php>

Agnes Tika Setiarini, Strategi Positioning Dan Diferensiasi Dalam Upaya Membangun Brand, Studi Kasus ngayogjazz, tata kelola seni : vol. I no. 2 Desember 2015.

Abdul Manab, PENDIDIKAN PENDEKATAN KUALITATIF, Yogyakarta, 2015,

Baker, Michael, The Marketing Book, fifth edition, Burlington 2003

Barry Likumahuwa Nostalgia di JakJazz Festival, accessed 16 Juli 2020, <https://republika.co.id/berita/q23kl4463/barry-likumahuwa-nostalgia-di-jakjazz-festival>

Burham, Bungin., Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Jakarta:Grafindo persada, 2003) 42

Brandon Seymour, Why Artist Image Matters More Than Your Music June 19, 2014, *accessed* 15 Juli 2020

<https://diymusician.cdbaby.com/musiccareer/image-important-music-especially-indie-artists/>

Cipta, “Bagaimana Tetap Waras Saat Menggunakan Sosmed Di Masa Pandemi?”, <https://dasacipta.com/efek-media-sosial-di-masa-pandemi/>, accessed 16. Mei 2021

Dexter L. Purnell, Closing the gap: Understanding the perceptual differences between generations regarding music streaming technology, International Journal of Music Business Research, April 2020, vol. 9 no. 1

Dimas Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo) , Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol.29No.1 Desember2015|

Desy Irana Dewi, Lubis Rahmat Hidayat, Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Jurnal Ilman, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355- 1488

Endah Murniaseh, Dampak Virus Corona COVID-19: Konser Musik Anji di Ambon Ditunda, 3 Maret 2020, accessed 13 May 2021 <https://tirto.id/dampak-virus-corona-covid-19-konser-musik-anji-di-ambon-ditunda-eEz8>

Endro Arifin ,Achmad Fachrodji, Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promositerhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan, Jurnal MIX, Volume V, No. 1, Feb 2015, 124 –143

- Fahim Shaker, Reaz Hafiz, Personal Branding in Online Platform, Global Disclosure of Economics and Business, Volume 3, No 2/2014, 2305-9168(p); 2307-9592(e)
- Faizzudin, Harliansyah Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif, 2 Februari 2017, *accessed* 16 juli 2020, <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Gerry Wahyu Dewatara, Sari Monik Agustin, Pemasaran Musik Pada Era Digital digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 DI Indonesia, 25 Mei 2019, 2598
- Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi), Maret 2018, *accessed* 16 Juli 2016, <https://repository.sttjaffray.ac.id/id/publications/269015/analisis-data-kualitatif-model-spradley-etnografi#cite>
- Ita Suryani, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) , Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014
- International Journal of Information, Business and Management, International Journal of Information, Business and Management, Vol. 6, No.2, 2014
- Ita Nurcholifah, Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah, *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies, A*, Volume 4 Nomor 1 Maret 2014

In Soraya, Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta), Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017

Jonathan E. Schroeder, The artist and the brand, February 2005

Jentetics, Kinga, The Strategic Integration Of Music Branding And Its Evolution In The Past 10 Years *Accessed* 15 Juli 2020  
<https://m.merdeka.com/barry-likumahuwa/profil/>

Kotler, Philip, *Reinventing Marketing to Managethe Environmental Imperative*, Journal of Marketing Vol. 75 (July 2011), 132 –135

Kotler, Philip, *PHILIP KOTLER'S CONTRIBUTIONSTO MARKETING THEORY ANDPRACTICE*, 2011

Leni Nuraeni, Harnanik, Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Keripik Bhineka Didesa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang, Economic Education Analysis Journal, 647EEAJ 6 (2) (2017)

Lauren I. Labrecque,aEreni Markosb, George R. Milne Online Personal Branding: Processes, Challenges, And Implication, Journal Of Interactive Marketing Volume 25, Issue 1, February 2011, Pages 37-50

MLD spot, Barry Likumahuwa: "Musik Sudah Kayak Nafas Kedua Saya", accessed 16 juli 2020, Barry Likumahuwa: "Musik Sudah Kayak Nafas Kedua Saya"

M Yogi Tri Sakti Juniawan , Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Bagi Pengguna Smartphone Merek Apple Iphone Di Surabaya,

<http://eprints.perbanas.ac.id/7408/6/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>, *accessed*

16 may 2021

Ravindra Safitra H, Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea, Vol. 6 No. April 2017 ISSN: 2252-6226,

<http://fe.budiluhur.ac.id/wpcontent/uploads/2017/08/c.-ravindra.pdf>

Rio Brian, Arti Endorse Dalam Pemasaran, Kelebihannya, dan Contoh Endorsement, 18 feb 2021, <https://www.maxmanroe.com/arti-endorse.html> , *accessed* 15

may 2021

Rizal Bagus Setiawan, Tatik Suryani, citra merek, bintang iklan, dan kesadaran merek: cukup kuatkah dalam mempengaruhi intensi pembelian kecap manis abc di Surabaya. Volume 4, No. 2, November 2014, pages 177 – 188

Ren Al Ezhaben, Pengertian Promosi Offline, brainly. co.id August 4, 2016 , *accessed* 14 juli 2020,

Rizal Bagus Setiawan, Tatik Suryani, citra merek, bintang iklan, dan kesadaran merek: cukup kuatkah dalam mempengaruhi intensi pembelian kecap manis abc di Surabaya. Volume 4, No. 2, November 2014, pages 177 – 188

Riska Ladya Meitharani Budi Astuti, Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online ShopFani House, *accsesd* 14 juli 2020, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/viewFile/14474/14004>

Septiana Novita Dewi, Taupiq Nuzuli, peran promotional mix sebagai variabel moderasi orientasi pelanggan dan orientasi pesaing terhadap kinerja pemasaran (studi empiris pada ukm rumah makan di kabupaten Sragen), jurnal bidang ilmu ekonomi vol.12 no 2(2017): hal.140-152

Shawn David Young , MEIEA Journal 73, A Work of Art in the Age of Technological Disruption: The Future of Work in the Music Industry, Volume 18, Number 1(2018), *accessed* 14 Juli 2020,

Stormy Weather: The Coronavirus Pandemic's Impact on the Music Industry, May 19, 2020, *accsesd* 14 Juli 2020, <https://www.jdsupra.com/legalnews/stormy-weather-the-coronavirus-pandemic-95025/>

Suri Amilia, M. Oloan Asmara Nst, Pengaruh Citra Merek, Harga,dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1,MEI 2017

Suharsi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi, (Jakarta:PT. Rineka Cipta), 199

Sugiarto, Sugiono, pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian toyota avanza tipe g di surabaya, jurnal manajemen pemasaran vol2, no 1 (2014)

Riatmaja, dodi, pengaruh faktor – faktor marketing mix terhadap niat beli di hypermarket dengan persepsi nilai konsumen sebagai variabel mediasi, volume 1 nomor 1, Juli 2018

Tanya Riches, Tom Wagner, The evolution of Hillsong music (From Australian pentecostal congregation into global brand, Australian Journal of Communication • Vol 39 (1) 2012

Tuulikki Haaranen , IT'S ALL ABOUT THE SONG The Praxis of Artist Branding In the Finnish Recording Industry, SIBELIUS ACADEMY, Thesis

Teguh riyanto, Pemasaran Online vs Offline , 21 October 2015, *accessed* 14 Juli 2020, <https://zahiraccounting.com/id/blog/pemasaran-online-vs-offline/>

Rina Anggriana, Nurul Qomariah dan Budi santoso, pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online “om-jek” jember effect of price, promotion, quality of service on customer satisfaction service ojek online "om-jek" jember, smbi (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia ) , vol. 7 no. 2 desember hal. 137-156 Accessed 14 Juli 2020, <http://repository.unpas.ac.id/32844/4/5%29%20BAB%20II.pdf>

Valentine Parengkuan, Altje Tumbel, Rudy Wenas, Analisis Pengaruh Brand Imagedan Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo head And Shoulders di 24 Mart Manado, urnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1792-1802

Yogi Nurhadie Djamhar, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Kanza Accesories di Online Shop , *accessed* 14 Juli 2020, <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/9151/Cover.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Pentingnya Branding Dalam

Pemasaran, July 26, 2012, *accessed* 14 Juli 2020,

<https://www.becakmabur.com/pentingnya-branding-dalam-pemasaran/>

