

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul, R., & Lestari, W. (2013). Bentuk Aransemen Musik Keroncong Asli Karya Kelly Puspito dan Relevansinya Bagi Remaja Dalam Mengembangkan Musik Keroncong Asli. *Catharsis*, 2(1), 1–11.
- Ahmad, F. 2014 . Produk *Apparel* Ternyata yang Paling Dicari Konsumen Online Baru. [http://netpreneur.co.id/produk-apparel-ternyata-yang-paling-dicari-konsumenonline-baru/#.VQqpQ\\_mUfkg](http://netpreneur.co.id/produk-apparel-ternyata-yang-paling-dicari-konsumenonline-baru/#.VQqpQ_mUfkg) [20 Mei 2015]
- Alex S. Nitisemito.(2013), Manajemen Personalia, Edisi Ketiga, Cetakan Kesembilan, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Andrews, J. Craig dan Shimp, Terence A. 2013. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. USA: Cengage Learning.*
- Ardianto, Soemirat Soleh. (2008). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arya Sugiarta, I. G. (2018). Bentuk dan Konsep Estetik Musik Tradisional Bali. *Panggung*, 25(1). <https://doi.org/10.26742/panggung.v25i1.14>
- Banoe, P. (2003). Kamus Musik. Yogyakarta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Belch, George. E., Belch, Michael.A.(2003). *Advertising and Promotion, 6th Edition. New York: The Graw - Hill Companies*
- Boyd 2009 dalam Nasrullah Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita (2015:11).
- Butterick, Keith. 2012. Pengantar Public Relations, Teori dan Praktek. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 29 No.1. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Greenley, G. E. (1993). *Perceptions of marketing strategy and strategic marketing in uk companies. Journal of Strategic Marketing*, 1(3), 189–209. <https://doi.org/10.1080/09652549300000012>

- Helmi Y Haska. Op. cit., hal.101.
- Herfanda, F. R. (2014). Bentuk Pertunjukan Musik Perkusi Paguyuban Sayung Hore (PSH) Di Semarang. *Jurnal Seni Musik Unnes*, 3(1), 1–8
- Jamalus, B. (1998). *Pengajaran Musik Melalui Pengalaman Musik*. Bandung.
- Jamalus, B. (1998). *Pengajaran Musik Melalui Pengalaman Musik*. Bandung.
- Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication: Taktik & Strategi*, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta, 2006
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Linggono, I. B. (2008). *Seni Musik Non Klasik Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Rachman, A. (2013). Bentuk dan Analisis Musik Keroncong Tanah Airku Karya Kelly Puspito. *Harmonia*, 13(1)
- Radiosunu, 2001, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan media komunikasi*. Edisi Revisi 10. Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Sari, A. K. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Telkomsel Distribution Center Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-26.
- Soeharto. (1996). *Serba Serbi Keroncong*. Jakarta: Musika.
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Syafiq, M. (2003). *Ensiklopedia Musik Klasik*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Taufik Adi Susilo, *Kultur Underground : Yang Pekak dan Berteiak di Bawah Tanah*. (Jogjakarta : Garasi. 2009), hal. 46
- Utomo, U. (2017). *Musik Pendidikan*. Semarang: Jurusan Pendidikan Seni Drama, Tari dan Musik Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang.
- Widhyatama, S. (2012). Pola Imbalan Gamelan Bali Dalam Kelompok Musik Perkusi *Cooperland* di Kota Semarang. *Jurnal Seni Musik*, 1(1), 59–67.
- Wilcox L., Dennis dan Cameron T., Glen. 2006. *Public Relations Strategies and Tactics*. Boston: Pearson.

## **Jurnal**

Habibi (2018) STRATEGI PROMOSI BAND LOSE IT ALL MELALUI INSTAGRAM PHOPI RATNA AGUSTINA. Seni Musik Universitas Pasundan.

Tri Yanuar Ahmad (2014) . Pemanfaatan Jejaring Sosial *SoundCloud* Sebagai Media Promosi Band MyViolaine Morning . FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang.

Yus Rizal Muhammad (2020) STRATEGI PEMASARAN KARYA MUSIK DI ERA DIGITAL STUDI KASUS PADA GRUP MUSIK SENDAU GURAU DI KOTA SEMARANG. FAKULTAS BAHASA DAN SENI UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG.