

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hakim, N. (2021). Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 85–106. <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.462>
- Antara. (2021). *Pandemi Covid-19, Saung Angklung Udjo Bandung Terancam Bangkrut*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1425836/pandemi-covid-19-saung-angklung-udjo-bandung-terancam-bangkrut>
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, R. W. (2016). Website Sebagai Media Promosi Untuk Memasarkan Produk Industri Kreatif. *Information Management for Educators and Professionals*, 1(1), 77–85. <http://silontong.com/2014/06/16/pengertian-dan-15-jenis-ekonomi-kreatif-di-indonesia/>
- Basrowi, S. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata (tourism dan communication): pemasaran dan brand destinasi*. Prenada Media.
- Choi, S., & Powers, T. L. (2021). COVID-19: Lessons from South Korean pandemic communications strategy. *International Journal of Healthcare Management*, 14(1), 271–279. <https://doi.org/10.1080/20479700.2020.1862997>
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2012). *Integrated Sales Promotion, Promotion, and*

Marketing Communications. Pearson.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2022). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung*. Open Data Kota Bandung. <http://data.bandung.go.id/dataset/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bandung>

Fandy Tjiptono, A. D. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. ANDI.

Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). Qiara Media.

Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakar Ilmu.

Morrisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). Kencana.

Muflih, A. N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kebun Binatang Gembira Loka Melalui Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Pandemi Tahun 2020. *Repository UPN Veteran Jakarta*.

Mujib, M., & Nurvianti, M. A. (2021). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Dana ZIS pada Lembaga Aamil Zakat di Era Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 432–447. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.683>

Muluk, H. (2020). *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat*

- Covid-19* (P. S. W. Wawan Mas'udi (Ed.)). Gadjah Mada University Press.
<https://doi.org/10.4067/S0717-69962021000100010>
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Official Website SAU*. (2022). Saung Angklung Udjo. <https://angklung-udjo.co.id/>
- Paramita, S. (2017). Lokal Perspektif Komunikasi Pariwisata Masyarakat di Desa Sade Lombok. *Jurnal Visi Komunikasi*, 146–156.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=0ikY3v4AAAAJ&citation_for_view=0ikY3v4AAAAJ:mB3voiENLucC
- Pertunjukan Kolosal Saung Angklung Mang Udjo yang Mendunia*. (2022). Kemenparekraf/Baparekraf RI. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pertunjukan-Kolosal-Saung-Angklung-Mang-Udjo-yang-Mendunia>
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Pinzaru, F., Zbucnea, A., & Anghel, L. (2020). The Impact of The Covid-19 Pandemic on Business. A Preliminary Overview. *Crisis and Risk Management*, October, 721–730.
https://www.researchgate.net/publication/345733364_The_Impact_of_The_COVID-19_Pandemic_on_Business_A_Preliminary_Overview
- Poerwanto, Z. L. S. (2014). *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural*. Pustaka Belajar.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial*. Pustaka Setia.
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.

- R. Taylor, C. (2020). *Sales Promotion and COVID-19. International Journal of Sales Promotion*, 39(5), 587–589.
<https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1774131>
- Rahman, R. F. (2018). Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication) Vearst Jeans. *Elibrary Unikom*, 41812048.
- Ramidah. (2020). *New Normal di Tengah Pandemi Covid-19*. KPKNL Padang Sidempuan. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-sidempuan>
- Salim, F. K., & Catherine. (2013). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(1), 1–26.
<https://www.neliti.com/id/publications/223894/pengaruh-sponsorship-dalam-meningkatkan-brand-awareness-studi-pada-sponsorship-g#id-section-abstract>
- Sari, G. G., & Gusti, G. E. (2017). Penerapan Strategi Word To Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 17–26.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v5i1.483>
- Shimp, T. A. (2010). *Sales Promotion Promotion and supplemental Aspek Of Integgarted Makrketting Communication*. Erlangga.
- Silviana, M., Melone, M., & Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Situmeang, I. V. (2020). Media Konvensional dan Media Online. In *Media*

Konvensional dan Media Online. file:///home/chronos/u-a253635458f30786d13364bd04466122567502be/MyFiles/Downloads/Buku Media Konvensional dan Media *Online*.pdf

Sri Hesti Meilasari, A. S. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Usaha Perawatan Kecantikan “Samara Beauty Care” dalam Meningkatkan Jumlah Jomsumen. *Akrab Juara*, 5(1).

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Syarifuddin, D. (2016). Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(2).

Udjo, S. A. (2017). *About: Saung Angklung Udjo*. Degtra. <https://degtra.github.io/about.html>

Wulandari, T. A., & Damayanti, F. (2021). Marketing Communication Strategy of Al Quran Publisher in the Covid-19 Pandemic Crisis. *Icobest*.