

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abadi, Saka. (1994). *Marketing Public Relations Upaya Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Lembaga Manajemen Feui.
- Agung, Silih Wasesa, Jim Macnamara. (2011). *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia
- Anggoro, Linggar.M. ; Estu Rahayu. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro dkk. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Argenti, P. (2010). *Corporate Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Arikunto. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Bogdan, R.C., dan Biklen, S.K. (2001). *Qualitative Research*. Needham Height, MA: Allyn and Bacon.
- Bungin. Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Cornelissen, Joep. (2011). *Corporate Communication: A Guide To Theory And Practice*, London: Sage Publication.
- Cutlip, Scott Dan M.Broom, Glen. (2011). *Effective Public Relations* Edisi Kesembilan, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Durianto, dkk. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hadari, Nawawi. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Handayani, Desy, et.al. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: ESENSI

- Harris, L. Thomas. (2008). *Value Added PR - The Secret Weapon of Intergrated Marketing*. Library of Congress Cataloging - in Publicing Data.
- Henry, Rene. A. (2000). *Marketing Public Relations*. Iowa: Iowa State University Press.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Marcos, O. (2007). *Managing Corporate Brands: A New Approach To Corporate Communication*.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Middleberg, Don. (2001). *Winning PR in the Wired World: Powerful Communications Strategies for the Noisy Digital Space*. USA: McGrawHill.
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Poerwandari, E.K. (2005). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rulli, N. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet. Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soemirat & Ardianto (2003). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing*. London: Pearson
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Van Riel, e. (2007). *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. Rotterfam: Routledge.

Jurnal

Clarissa, A. (2014). The Role of *Marketing Public Relations* in Cognitive Decision-Making Process through the Enhancement of Brand Awareness (A Case of Chevrolet Spin, Product of General Motors Indonesia). *Jurnal Interact, Vol. 3, No. 1*

Fikri, Y., & Dini, M. (2018). Strategi *Marketing Public Relations* Limestones Digital Dalam Kegiatan Promosi Produk SiiP Snack Melalui Akun Instagram (@siipsnack). *Jurnal Pantarei Vol.3, No.1*

Kurniastuti, K. (2018). Activities of the Cyber Public Relations of O Chanel TV in Promoting their Company on the Instagram Social Media. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) Volume-02, Issue-09*.

Lina, S., & Krismiyati. (2013). Identifying *Marketing Public Relations* Strategies Implemented in Private Universities For Increasing Students Intake in Central Java – Indonesia. *International Refereed Research Journal Vol.4, Issue.2*.

Lina, S. (2019). The Practice of *Marketing Public Relations* in Multinational Companies in Indonesia. *Petra International Journal of Business Studies Vol. 2, No. 2*

Loanna, P., & Alkis, T. (2014). *Marketing Public Relations: A consumer-focused strategic perspective*. *Journal Of Customer Behaviour Vol. 13, No. 1*

Moli, K. (2014). Strategi Online *Marketing Public Relations* DamnILoveIndonesia.com Dalam Membentuk Brand Awareness Damn! I Love Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UMN*.

Website

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> (Diakses pada tanggal 17 April 2020)

<https://tekno.kompas.com/read/2017/09/28/15280077/orang-indonesia-masuk-5-besar-terbanyak-jualan-di-instagram>

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 17 April 2020)

<https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>

<https://wearesocial.com/digital-2020> (Diakses pada tanggal 17 April 2020)