

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal

- Anggraini Puspita, Lulu 2017. Pengaruh Selebgram Hijabers di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream See You Latte*, Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.
- Alifahmi, Hifni. 2008. Marketing *Public Relations*. Lembaga Manajemnen Fakultas Ekonomni Universitas Indonesia, Jakarta.
- Bastian, Danny Alexander. 2014. *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty)* . Jakarta: PT. Ades Alpindo Putra Setia.
- Basrowi, Sudikin. 2002. *Metode Penelitian Kualitaif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekian.
- Belch, George dan Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Bowen, J. T. and Chen, S. 2001. *The Relationship between Customer Loyalty and Customer Satisfaction*, International Journal of Contemporary HospitalityManagemen.
- Cutlip, SM, Center, AH & Broom, GM. 1985. *Effective Public Relations, Edisi Ketujuh*.New Jersy: Prentic-Hall, Inc, Englwood Cliffs.
- Cutlip, C & Broom dkk. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Durianto, Darmadi. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Pelaku Konsumen*, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana.1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Rosda karya Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*.Yogyakarta: CV. Andi Offset
- I Gde Pitana & I ketur Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Janita, Ike. 2005. *Inspirasi Bisnis: Perspektif Baru Dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*. Jakarta: Amara Books.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan, Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Public Relations Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017). Cyber *Public Relations* (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication. Nyimak*.
- E. B, G. A. (2017). Strategi Cyber *Public Relations* dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *THE MESSENGER*.
- Maulana, W. A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Membangun Citra pada Divisi Corporate Communication PT. KRAKATAU STEEL (PERSERO) TBK. *FAKULTAS ILMU POLITIK UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA*.
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (2018). Strategi *Public Relations* dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Jamu Kedai Jamu) . *Prologia*.

Lain-lain

<https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0T> (Diakses pada 18 Mei 2020, 22.10)

<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/3715-7926-1-PB.pdf> (Diakses pada 01 Mei 2020, 19.30)

<http://repository.fisip-untirta.ac.id/1313/1/SKRIPSI%20-%20Copy.pdf> (Diakses pada 01 Mei 2020, 21.00)

<https://about.instagram.com/features> (Diakses pada 19 Maret 2020, 21.00)

<https://businessmag.com/7029/marketing/why-more-businesses-are-moving-to-instagram/> (diakses pada 19 Mei 2020, 20.00)

<https://www.pewresearch.org/internet/2016/11/11/social-media-update-2016-methodology/> (diakses pada 19 Mei 2020, 20.00)