

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Modul

- Bungin (Ed.).2006. *Metode Penelitian Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Berthon, P., Ewing, M. and Hah, L.L. (2005), “*Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding*”, *International Journal of Advertising*.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*.
- Goldhaber, G.M. (1986). *Organizational Communication*. Iowa Wm. Brown Publisher.
- Hsieh, H.F., & Shannon, S.E. (2005, October). *Three approaches to qualitative content analysis*. Retrieved: November 1, 2015.
- Kohler, J.W. Anatol, K.W.E, & Applbaum, R.L. (1981). *Organizational Communication: Behavioral Perspective*. New York: Holt Rinehart and Winstons.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Krippendorff, Klaus. (1991). *Analisis Isi, Pengantar Teori, dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Miles and Huberman (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press
- Muhajir,Nung. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi IV*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Muhammad, A. (2011). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara: Jakarta
- Patton, M. Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Pustaka Pelajar
- Shimp, Terence A. 2003.*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Wijaya, B. S. (2019b). *Model Komunikasi Berasa Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Mengenai Iklan Ambient Media Dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen)* UB Press [Google Scholar](#)
- Wijaya, B. S. (2011). *Ambient Communication: Memahami Iklan Ambient Media sebagai Model Komunikasi*. UB Press [Google Scholar](#)
- Wijaya, B S. (2019a). *Riset Komunikasi Merek*. UB Press [[Google Scholar](#)]

Wijaya, B S. (2011a). *Model Intertekstualitas (Metode Triangulasi dan Validasi Data Penelitian Tekstual)*. UB Press [[Google Scholar](#)]

### **Jurnal dan Paten**

Andi Batary Citta, Nurdin Brasit, Nurdjanah, dan Ria Mardiana Yusuf (2020) Penerapan *Employer Branding* Dalam Suatu Perusahaan (studi kasus beberapa literature), 5 (1). p. 115-125.

<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>

Afiati Fatimah dan Wahyuni Choiriyati. (2017). Membaca Budaya Politik Indonesia Dengan Komunikasi Berasa, 1(2), p. 126

Ahmad, N. A., & Daud, S. (2015). Engaging People With Employer Branding. *7<sup>th</sup> International Economics & Business Management Conference*, 691.

Backhaus, & Tikoo. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501–517.

<https://doi.org/10.1108/13620430410550754>

Barrow, S. and M. (2005). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*,.

Lloyd, S. (2002). Branding From the Inside Out. *BRW*, Vol 24, 64.

Sullivan, J. O. (2017). *Employer Branding – A Valuable Tool for Attraction and Retention In Irish Organisations?* Retrieved from

<http://trap.ncirl.ie/2822/1/jeyaseelieosullivan.pdf>

Tiffani Chandrilika Kusuma, dan Arik Prasetya. (2017). *Employer Branding dan Employee Value Proposition Untuk Menciptakan Employee Engagement (Studi Pada PT Bank Central Asia Tbk)*, 50 (5), p. 143-151

Wijaya, B. S. (2009). Model Komunikasi Berasa Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Mengenai Iklan *Ambient Media* dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen, 1 (1), p. 55 – 73 [[Google Scholar](#)]

Wijaya, B. S. (2011). *Experiential Communication Model in the Organizational Communication: a Study of Persuasive Technique in Order to Gain Audience's Trust*, 14 (1), p. 37-44 [[Google Scholar](#)]

Wijaya, B. S. (2011). Model Intertekstualitas (Metode Triangulasi dan Validasi Data Penelitian Tekstual). *ID patent*. App. EC00,202,144,480. Dirjen HaKI, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. [[Google Scholar](#)]

Wijaya, B. S. (2019b). *Ambient Communication: Memahami Iklan Ambient Media sebagai Model Komunikasi*. UB Press [[Google Scholar](#)]

ZahraAlifia, HannyHafiar, danAnwarSani. (2020). Pelaksanaan Employer Branding PT. Arya Nobel. 11 (1), p. 48-68. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/1007/775>

#### Sumber Elektronik/Internet

Dewi Andriani. (2018, 29 Mei). *Begini Cara Perusahaan Dapatkan Talent Terbaik*. Ekonomi.bisnis.<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180529/12/800599/begini-cara-perusahaan-dapatkan-talent-terbaik>

Iwan Andryanto. (2017, 23 Januari). *Rumah Kedua Yang Menyenangkan*. klasika.kompas.id.<https://klasika.kompas.id/baca/rumah-kedua-yang-menyenangkan/>

Marketeers Editor. (2012, 23 Februari). *Mengintip "Rumah Kedua" Nutrifood*. Maketeers.<https://www.marketeers.com/mengintip-rumah-kedua-nutrifood/>

Mega Farras. (2017, 15 Januari). *Pengalaman Magang Di Rumah Kedua*. Cicikalibi.<https://www.cicikalibi.com/2017/01/pengalaman-magang-di-rumah-kedua.html>

Nutrifood. (2018, 28 Oktober). *Penghargaan 'Indonesia Best Employer Brand Award 2018' oleh World HRD Congress!*. Facebook. <https://id-id.facebook.com/NutrifoodID/posts/sebuah-kehormatan-bagi-nutrifood-atas-penghargaan-indonesia-best-employer-brand-1961535990604745/>