

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, D. S. F. (2017). *Marketing Public Relations – Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Sleman: Deepublish
- Anggraeni, Barkah, Pratami, Arianis. (2022). *Marketing Public Relations Strategy in Increasing Customer Loyalty Ms. Glow Store Bandung*. MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis). 2. 306-313. Diakses dari <https://journal.yp3a.org/index.php/manabis/article/view/1361/658>
- Annisa, Octa. dkk (2022). Peran Strategi *Marketing Public Relations ICC (International Cultural Centre)* Pandaan Dalam Menghadapi Dampak PPKM. MEDIASI (Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi). 3. 96-97. Diakses dari <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2600094&val=20472&title=The%20Role%20of%20Marketing%20Public%20Relations%20Strategy%20in%20Dealing%20with%20The%20Impact%20of%20PPKM>
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=rKbJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Azizah, D. N., Yuningsih, S. (2023). Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Mempromosikan Bisnis Fashion Meccanism di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Bincang Komunikasi. 2. 29-35. Diakses dari <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JBK/article/view/16536>
- Budiati, MZ. (2017). *Analisi Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Corporat Image* TRANS TV. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga. Indonesia
- Candra, Akip. (2023, Maret 5). Perbedaan *Junk Food* dan *Fast Food*. Void.id. Diakses dari <https://voi.id/lifestyle/260055/perbedaan-junk-food-dan-fast-food>
- Citra, D., Riyantama, R. (2018, Oktober 9). Jangan salah, Ini Bedanya *Fast Food* dan *Junk Food*. Himedik.com. Diakses dari

<https://www.himedik.com/info/2018/10/09/230000/jangan-salah-ini-beda-fast-food-dan-junk-food>

Daud, R. F., Khairunnisa. (2020). Peran *Marketing Public Relations* (MPR) Dalam Membangun *Brand Image* Warunk Upnormal di Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2. Diakses dari <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/komunikasiana/article/view/11331>

Hapsari, H., Yuniarti, T. (2015). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Dalam Memberikan Pelayanan Bagi Konsumen (Studi Pada Customer Service PT. Ratu Hotel Bidakara Serang Banten). *Jurna Makna*. 5. Diakses dari

<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1380817&val=1227&title=STRATEGI%20KOMUNIKASI%20MARKETING%20PUBLIC%20RELATIONS%20DALAM%20MEMBERIKAN%20PELAYANAN%20BAGI%20KONSUMEN%20STUDI%20PADA%20CUSTOMER%20SERVICE%20PT%20RATU%20HOTEL%20BIDAKARA%20SERANG%20BANTEN>

Hasan, Abdullah. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Tahta Media Group. Diakses dari <https://repository.umi.ac.id/1986/2/EBOOK%20BC%2024%20METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF.pdf>

Hidayat, DA. (2021). *Marketing Public Relations (MPR) Dalam Edukasi Kepada Masyarakat*. Diakses 10 Maret, dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jatim/baca-artikel/14561/Marketing-Public-Relations-MPR-dalam-Edukasi-kepada-Masyarakat.html>

Hidayat, Taufiq. (2015). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. 9. 102-115. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/41360-ID-pengaruh-marketing-public-relation-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-pt-jalur-nu.pdf>

- Ibrahim, A.P., Yuningsih, S., (2024). Strategi *Marketing Public Relations Crayoone Event Organizer*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial. 2.87. Diakses dari <https://repository.umj.ac.id/17393/>
- Kharisma, D.A., Nawawi, Z. M., (2023). Pengaruh Aplikasi Tiktokshop Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FEBI UINSU. Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan. 3. 22-31. Diakses dari <https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik/article/download/341/300>
- Mudillah. (2016). Strategi Marketing Public Relations Jenara Dalam Memasarkan Busana Muslim. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia
- Murdiyanto, Eko. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat. Diakses dari <http://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian%20Kualitatif%20-Eko%20mUrdiyanto.pdf>
- Nashrullah, Mochamad. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan. Sidoarjo: UMSIDA Press. Diakses dari <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/1357-Article%20Text-6418-2-10-20230808.pdf>
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: *Harfa Creative*. Diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/19091/1/buku%20metode%20penelitian%20kualitatif.Abdul%20Fattah.pdf>
- Nisa, Sofiatun. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII Di SMP Negeri 17 Kota Jambi. Universitas Jambi. Jambi. Indonesia
- Nurdiansyah, Rahmat. (2019). Budaya Pola Konsumsi Makanan Cepat Saji Dalam Kehidupan Remaja Jakarta (Studi Kasus: Franchise KFC). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia
- Prihadini, D., Saraswati, A., (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). Jurnal Lugas. 4.

- 54-60. Diakses dari <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/viewFile/1219/616>
- Puspitarini, D. S., Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*. 3. 73-74. Diakses dari <file:///E:/SYARIF%20DAN%20DAFI/DHAFI/FILE%20SKRIPSI/document.pdf>
- Putri, Adistria. (2021, Desember 19). Tiktok Menjadi Media Baru Pemasaran Bisnis. *Kumparan.com*. Diakses dari <https://kumparan.com/adistria-putri/tiktok-menjadi-media-baru-pemasaran-bisnis-1x8QxL6OahJ>
- Rachmawati, Eka. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Belajar Siswa (Studi Kasus Kelas IX di SMPN 9 Tangerang Selatan). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia.
- Rahmat, Zulkifli. (2022). *Marketing Public Relations (MPR) Sebagai Strategi Pemasaran Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid-19*. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*. 4. 315-325. Diakses dari <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/pkn/article/download/1863/1007/9070>
- Rohani, Natalia. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar Sejarah Siswa Kelas XII di SMA Negeri 8 Kota Jambi. Universitas Batanghari Jambi. Jambi. Indonesia
- Sabekti, Ria. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir. Universitas Airlangga. Surabaya. Indonesia
- Sadida, A. H., Salma, A. N. (2022). Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Media Sosial Somethinc). *eProceedings of Managment*. 9. 2614. Diakses dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18283>
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Bina Sarana Informatika*. Karawang. Indonesia.

- Stephanie, C., Yusuf, O. (2021, September 15). Apa Itu Tiktoshop dan Cara Menggunakannya. Kompas.com. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktoshop-dan-cara-menggunakannya>
- Tantri, Ayu. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Cepat Saji McDonald's Lodaya Bogor. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga, Bogor, Indonesia.
- Valoka, Dwi. (2017). Dampak Negatif Makanan Cepat Saji Terhadap Kesehatan Tubuh Manusia Di Kota Bandung Melalui *Still Live Photography*. Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia.
- Wandansari, D.N. (2015). Hubungan Antara Konsumsi *Fast Food*, Kebiasaan Olahraga, Faktor Genetik dan Durasi Tidur Dengan Status Gizi Lebih Pada Remaja (Studi di SMA Negeri 2 Kabupaten Bondowoso). Universitas Jember, Jember, Indonesia.
- Warasto, NH. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus Pengguna Produk Pepsodent di Wilayah Jakarta Timur). Jurnal Semarak. 1. 1-12. Diakses dari <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/issue/view/179>
- Widyanata, Rena. (2022, 25 Februari). 9 Tipe Konsumen Dalam Bisnis dan Cara Menghadapinya. Diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/tipe-konsumen-dalam-bisnis/>
- Wijaya, L. S., (2019). *The Practice of Marketing Public Relations in Multinational Companies in Indonesia*. *International Journal of Business Studies*. 2. 78-86. Diakses dari <https://ijbs.petra.ac.id/index.php/ijbs/article/view/59/39>
- Wijoyo, L., Tjahyo, J., Goenawan, F. (2018). Efektifitas Iklan *Below The Line National Hospital*. Jurnal E-Komunikasi. 6. 4. Diakses dari <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/8261/7455>
- Wiraditi, R., Sudiby, AG. (2020). Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan *Brand Image* PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Journal of Creative Communication*. 2. 59. Diakses dari

<https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/viewFile/555/14>

4