

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing 14th edition. New Jersey: Pearson Education Inc, 67.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). Marketing Management eBook. Pearson Higher Ed.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Cangara, Hafied. 2013. Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Jefkins, Frank, dkk. 2004. Public Relations Contemporary Issues and Techniques. Elsevier Butterworth-Heine
- Wasesa, Silih Agung dan Jim Macnamara. 2016. Strategi Public Relations : Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal Dengan Hasil Maksimal. PT Gramedia. Jakarta.
- Cangara, H. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Indonesia: Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Vol. 1). Alfabeta.

Jurnal

- Aitchison, Jim & Lwin. (Aitchison, 2005) 2005. Clueless In Public Relations. Diterjemahkan oleh Jusupadi
- Cangara, A. C. (2005). Pengantar Ilmu Komunikasi Massa, Jakarta: PT."Raja Grafindo Persada"
- Iswari, W. T. (2020). Pengaruh strategi marketing communication terhadap brand image PT Tokopedia. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 24-34.
- Liliweri, A. (2010). Strategi komunikasi masyarakat. Lkis Pelangi Aksara.
- Muliawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikas pemasaran

dalam membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dari Sosial*, 4(1), 23-38.

PT. Bhuna Ilmu Populer, Kelompok Gramedia. Jakarta

Paramesti, A., & Setyanto, Y. (2022). Strategi Komunikasi PT Indofarma Tbk dalam Membangun Kepercayaan Konsumen di Masa Pandemi. *Kiwari*, 1(1), 62-68.

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi komunikasi untuk program corporate social responsibility dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98-105.

Amalia, V. (2020). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 13-23.

Permadi, D., & Habibullah, A. (2022). Strategi Komunikasi Humas BNN Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 150-162.

Rosilawati, Y. (2014). Employess branding sebagai strategi komunikasi organisasi untuk mengkomunikasikan citra merek (Brand-image). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 153-161.

Sugiyono. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif. Bandung :Alfabeta

Rajali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17.

Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Metodologi Penelitian Kualitatif

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa . *Manajemen Keungan, Fakultas Ekonomi, UniversitasSamudra*, Vol. 2, No.2.

Leliga, F. J. (2013). Analisa Pengaruh Brand image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator Pada The Dreamland Luxury Villas And Spa, Bali. *Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra*, Surabaya.

Setiadi, J. (2016). Perilaku Konsumen (edisi revisi). Jakarta : Kencana Perdana.

- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. (Nunik Siti Nurbaya (ed.); Cetakan ke). Simbiosis Rekatama Media.
- Paramesti, A., & Setyanto, Y. (2022). *Strategi Komunikasi PT Indofarma Tbk dalam Membangun Kepercayaan Konsumen di Masa Pandemi*. 62–68.
- Sinatra, L., & Darmastuti, R. (2009). Kajian Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Tengah. *Scriptura*, 2(2), 95–105. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.2.95-105>
- Rufial, R. (2022). Pengaruh Citra Lembaga Biaya Dan Lokasi Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Masuk Perguruan Tinggi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1-STIE Swasta Terakreditasi B LLDIKTI Wilayah III Di DKI Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 142-151.
- Santoso, P. Y., & Riskiyanti, T. (2014). Strategi Marketing Public Relations Dalam Melaksanakan Special Event Program Paket Close User Group (Cug) Pt. Indosat Tbk. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 130-154.

Artikel

- Ayudia, A. P., & Wulandari, S. S. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 249-268.

Website

- [Strategi Komunikasi: Pengertian, Jenis, Tujuan, Tahap, Prinsip, dsb - serupa.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social%2C%20ada%20sekitar%20106%2C51,di%20posisi%20teratas%20dengan%20143%2C4%20juta%20pengguna%20TikTok)
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social%2C%20ada%20sekitar%20106%2C51,di%20posisi%20teratas%20dengan%20143%2C4%20juta%20pengguna%20TikTok>
Di akses tanggal 14 April 2024
[Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia Capai 3.107 Unit pada 2022, Mayoritas dari Swasta \(katadata.co.id\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social%2C%20ada%20sekitar%20106%2C51,di%20posisi%20teratas%20dengan%20143%2C4%20juta%20pengguna%20TikTok) Di akses tanggal 10 Juni 2024