

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. (2009). *Pengaruh Persepsi Pada Endorser Terhadap Sikap Pada Merek*. Depok: Universitas Indonesia.
- Ardianto, S. (2017). *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen dalam suatu Penelitian. *Jurnal The Original Research of Mathematics Volume 2 Nomor 1*, 30.
- Darmawan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dwijayanti, K. (2018). Hubungan Antara Cyber Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Etika Bisnis dan Citra Burgreens. *Jurnal Komunikasi Pembangunan Volume 6 Nomor 2*, 189.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relaions Issue and Crisis Management*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Masduki. (2014). Strategi Pemulihan Citra Partai Politik: Kasus Partai Demokrat. *Jurnal UNISIA Volume 36 Nomor 81*, 171.
- Mulawarman, N. A. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasi Ditinjau Dari Perspektif Sosial Terapan. *Jurnal Buletin Psikologi*, 37.
- Putri, A. P. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan AMANDA BROWNIES SURABAYA*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Putri, R. A. (2020). *Pengaruh Consumer Engagement Terhadap Kepercayaan Merek (Studi Pada Media Sosial Instagram @ELSHESKIN*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, J. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Theaker, A. (2002). *The Public Relations Handbook*. New York: Taylor and Francis.

Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal JOM Fisip Volume 4 Nomor 2*, 8 - 9.