

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adrian Sutedi, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Miles, Mathew B., Michael Huberman, and Johny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication Ltd.
- Moleong, Lexy. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Nawawi, H. H., 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Cetakan ke-7, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang.
- Budikunoroningsih, S. (2017). Pengaruh teman sebaya dan persepsi pola asuh orang tua terhadap agresivitas siswa di sekolah dasar gugus sugarda (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Meldarianda, R., & Lisan, H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.

- Milyane, T. M. (2016). Media Radio Sebagai Public Sphere Dalam Pembentukan Opini Publik. *DIALEKTIKA*, 3(2), 34-45.
- Pardiyan, G. P. (2016). Strategi Public Relations Pt. Pos Indonesia Persero Dalam Upaya Memperbaiki *Brand image* Perusahaan (*Doctoral dissertation*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. S. (2014). Analisis Pengaruh *Brand image* Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Putro, R., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh *Brand Reputation*, *Brand Competence*, dan *Brand Liking* Terhadap Trust In *Brand* Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Widayati, O. A. (2019). Pengaruh *Brand image* Dan *Brand Trust* Serta *Brand Reputation* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Oppo Di PTS SEMARANG) (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Sultan Agung).
- Widjajanta, B., Rahayu, A., & Salsabila, A. Pengaruh Perceived Quality Dan *Brand Reputation* Terhadap Repurchase Intention Pada Reviewers Sepatu Bata Aplikasi Shopee. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1).

Website

Sumber: <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>

sumber: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-opini-publik/>

sumber: <https://media.neliti.com/media/publications/273162-pengaruh-performance-quality-reputasi-me-b03eaba1.pdf3>

sumber: <https://pakarkomunikasi.com/teori-reputasi-dalam-komunikasi#:~:text=Reputasi%20adalah%20semua%20pandangan%20pemegang,perusahaan%20sebagai%20teori%20sosial%20kognitif%20.&text=Reputasi%20tercipta%20melalui%20jaringan%20semua,dimiliki%20orang%20mengeai%20sebuah%20perusahaan>

sumber: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Validitas%20berasal%20dari%20kata%20validity,fungsi%20ukuran>

[nya%20\(Azwar%201986\).&text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,suatu%20mengukur%20apa%20yang%20diukur](#)

sumber: <https://rumusrumus.com/spss-adalah/>

sumber: <https://www.asikbelajar.com/pengertian-sumber-data-menurut-arikunto/>

sumber: <https://penalaran-unm.org/deskriptif-kuantitatif/>

sumber: <https://pangeransastra.wordpress.com/2014/10/13/penelitian-deskriptif-kuantitatif-penelitian-korelasi-dan-penelitian-ekspos-fakto/>

sumber:
<https://pdfs.semanticscholar.org/0b36/72140c935a6236bbb7765ac15a0b6028bd41.pdf>

sumber: <http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/tinjauan-tentang-komunikasi-pemasaran.html>

sumber: <https://projasaweb.com/strategi-pemasaran-7p/>

sumber: <https://thidiweb.com/bauran-pemasaran/>)

Sumber:

<https://www.seputarpengertian.co.id/2015/12/12-pengertian-iklan-menurut-para-ahli-terlengkap.html>)

sumber: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>)

sumber:
[https://projasaweb.com/branding/#Apa Itu Branding Menurut Kotler Keller 2015](https://projasaweb.com/branding/#Apa%20Itu%20Branding%20Menurut%20Kotler%20Keller%202015)

sumber: <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-kesadaran-merek-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-kesadaran-merek/>