

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Y. A. F., D. H., & Aisjah, S. (2014). The Influence Of Brand Image On Purchase Behavior Through Brand Trust. *Jurnal Business Management. Management and Strategy*, 5.
- Anang, F. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* 1st ed.. Qiara Media.
<https://docplayer.info/180351226-Dr-m-anang-firmansyah-se-mm.html>
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Raja Grafindo Persada.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1–9.
- Choirina, A. I. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan brand image terhadap loyalitas pelanggan Surat Kabar Harian Jawa Pos Radar Kediri. *Simki-Economic*, 2.
- Darmanto. (2015). Urgensi Perubahan Kebijakan untuk Penegakkan Independensi Media di Indonesia. *Komunikasi*, 10.
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Garvin, & David, A. (2016). *Strategi Pemasaran*.
- Haristya. (2012). The Credibility Of News. *Communicare Journal Of Communication Studies*, 2, 189–197.
- Hartimbul, G., & Nembah, F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, H. (2010). *Perjalan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller, P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. d. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme* (P. A. Yusi (ed.)). Yayasan Pantau.

- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2014). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2019). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional 2019. *Website Masyarakat Telematika Indonesia*, 35. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- Nasution, Z. (2015). *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar*. Rajawali Pers.
- Pers, D. (2017). *Buku Saku Wartawan* (7th ed.). Dewan Pers.
www.dewanpers.or.id
- Philip, K., & Armstrong. (2010). *Principles Of Marketing*.
- Sangaji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (1st ed.). Andi.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Group.
- Shoemaker, R. (1996). *Marketing The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman.
- Siregar, A. E. (2014). Mengungkap Independensi Media. *Dewan Pers*, 09, 5.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulkunen. (2012). *A Study Of Brand Image. Jank Universiy Of Applied Sciences*.
Jank Universiy Of Applied Sciences.
- Tempo, I. M. (2018). *Annual Report PT.Tempo Inti Media Tbk 2018*.
- Wicaksono, M. (2007). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Bumi Aksara.