

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa Aris Ananda*. Cetakan pertama. Jakarta: Mitra Utama
- Agus Widarjono, (2010), "*Analisis Statistika Multivariat Terapan*", Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Arikunto, S. (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bungin, M. Burhan. (2019) *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006, hlm. 375
- Chaffey, D., & Smith, P. (2008). *eMarketing eXcellence. Planning and Optimizing Your Digital Marketing 3rd edition*. Oxford: Butterworh-Heinemann.
- Creeber, & Martin. (2009). *Digital Cultures: Understanding New. BerkshireEngland: Open University Press*.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Boston, MA: Pearson.
- Durianto, D.Sugiarto. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*, hal.54
- Edwin, Y. (2016, Januari 15). *Instagram beberkan fakta-fakta pengguna di Indonesia. Diambil kembali dari Beritagar.id: <https://beritagar.id/artikel/sains-teknol/instagram-beberkan-fakta-faktapengguna-di-indonesia>*
- Evans, D. (2012). *Social Media Marketing: A Hour A Day*. Chichester, United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.

- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States (US): McGraw-Hill Companies
- Hamid, A. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia
- Iskandar.2009.*Metode Penelitian Pendidikan*. Bumi Aksara,Jakarta
- John, L., W, S., & Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Levy, P. (2011). *Cyberculture*. Minneapolis: University of minnesota Press
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS : untuk analisis data & Uji statistic*. Jakarta: Mediakom.
- Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada) Hlm. 246
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2007). *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk pemula*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Swasatha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Warayuanty, W., & Suyanto, A. M. (2015). *The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes On Product Purchasing Decision Via Online Shopping In Indonesia*. *European Journal of Business and Management* 7.8, 74-80.

Winiratih, Ardisa. 2016. "Pengaruh Iklan Televisi dan Event Sponsorship Terhadap Brand Image Bakmi Mewah" Dalam *Knowledge Center UMN (2016)* <http://kc.umn.ac.id/id/eprint/203>

Ebook :

Lister, Martin et.al. 2009. *New Media: A Critical Introduction* .London: Routledge. https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SAN236/um/Lister_a_spo1_New_Media_A_Critical_Introducion.pdf. (diakses pada 06/02/2022 pukul 17.05)

Jurnal :

Dewi, N. R. (2016, Juni 10). Maskoolin (2017, September 28). Diakses dari Maskoolin

Galih Priyambodo, 2019, Judul: Pengaruh Marketing Public Relations Tools DBL Academy terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Di Surabaya. *Jurnal Indonesia One Search by Perpunas* ISBN: 2007151153303

Efan Septian Saputra dan Ma'mun Sarma, 2019, Pengaruh Peran Marketing Public Relations terhadap Peningkatan Citra

Lido Lakes Resort and Conference Sukabumi. IPB Kampus Dramaga Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol. 10 No. 1, April 2019, Hal. 36--47. P-ISSN : 2088-9372 E-ISSN : 2527-8991

Suparno Saputra dan Nuzi Widia Iswari Ardila, 2021, Pengaruh Marketing Public Relation terhadap Product Brand Image Layanan Kereta Api Kelas Bisnis di PT Kereta Api Indonesia (Persero). Politeknik Pos Indonesi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Volume 11, Nomor 1, Maret 2021. ISSN : 2087-3077

Gita Noviani, dan Guntur F. Prisanto, 2021, Pengaruh Strategi Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. *STIKOM Prosiding Hubungan Masyarakat*. Volume 7, No.1, tahun 2021

Audia Saraswati dan Diana Prihadini, 2020, Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi

Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). Jurnal Lugas Vol. 4, No.2, Desember 2020, pp. 54 - 60. P-ISSN 2580-8338. E-ISSN 2621-1564

Website:

<https://jurnal.maskoolin.com/jurnal/gayahidup/culture/pentingnya-peransosial-mediauntukperusahaan/>