

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker dan Biel. 1993. *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brand*. New York: Taylor & Francis Group.
- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Almanshur, F., Djunaidi Ghony. *Metodologi Penelitian kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Andy, Sernovitz. 2010. *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Edisi 3*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Dannerius Sinaga. 1988. *Sosiologi dan Antropologi*. Klaten: PT. Intan Pariwara.
- Doorley J, 2006. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. London: Routledge.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lexy J. Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja

- Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. 2014. *PR WAR*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia.
- Rasyad, Rasdian. 2002. *Metode Statistik Deskriptif untuk Umum*. Jakarta: Grasindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar – Dasar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Grassindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2017. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, Hutami Permita. 2014. Pengaruh Elektronik *Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Pada Konsumen *Smartphone* Samsung yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Nomor 2, April 2014. ISSN 1693 –7910.
- Susanto, A.B., Hilman Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Yunus, Ulani. 2019. *Digital Branding*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

JURNAL NASIONAL

Basit, Abdul. 2017. *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah*

Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method.

Pratiwi, S. R., Susanne Dida, Nuryah Asri Sjafirah. Strategi Komunikasi dalam

Membangun *Awareness* Wisata Halal di Kota Bandung.

Susanto A.S., Yugih Setyyanto. 2019 SmartSpin PR dalam Membangun *Brand Image*

Klien (Studi pada Re: ON comics).

Tamara J, Yugih Setyanto. 2018. *Brand communication* dalam Membangun *Brand*

Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi).

Yosephine, Melita. 2021. Sinar Mas Land dalam Membangun *Brand Image*

Perusahaan.

JURNAL INTERNASIONAL

Cheng, Yang. 2019. *Corporate dialogue in crises of China: Examining dialogic*

strategies and communicative outcomes in a child abuse scandal.

D, Melissa. 2017. *Public relations message strategies and public diplomacy 2.0: An*

empirical analysis using Central-Eastern European and Western Embassy Twitter accounts.

Septiani, M.S. 2019. Bali Hai Cruise sebagai Penyedia Atraksi Wisata Bahari Di Desa

Lembongan, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung.

Tao, Weiting. 2020. *The interplay between post-crisis response strategy and pre-crisis*

corporate associations in the context of CSR crises.

Waymer, Damion. 2019. *The public relations paradox of erasure: Damnatio*

memoriae as public relations strategy and tactic.

SKRIPSI

- Adam, Agri Rissan. 2021. Strategi Komunikasi Pemasaran Persib Bandung dalam Membangun *Brand Image* sebagai Klub Sepak Bola Profesional.
- Aditama, Andi Rahmat. 2017. Strategi Komunikasi Dalam Membangun *Brand Image* Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Guteninc melalui akun Instagram @Guteninc dalam membangun *Brand Image*).
- Tsabit, A. 2019. Analisis Strategi *Corporate Branding* Lembaga Amil Zakat (LAZ) Rumah Zakat.
- Yasmin, Almira. 2020. Telkom University Dalam Membangun Citra *Research and Entrepreneur University* Melalui Kegiatan Publisitas.