

## DAFTAR PUSTAKA

### Literatur Buku

- Aaker, D. (2008). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of Brand Name*. New York: Free Press.
- Aldily, R. (2017). *101 Amazing Public Relations Ideas*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Aridianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. England: Pearson Education Limited.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London: Routledge.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Giannini, G. T. (2010). *Marketing public relations : a marketer's approach to public relations and social media*. New Jersey: Pearson Education.
- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Media Sains Indonesia.
- Heath, R. L. (2005). *Encyclopedia of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Juju, D., & Sulianta, F. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Knapp, D. E. (2000). *The Brand Mindset*. New York: McGraw Hill.
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. New Jersey: Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.

- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Morris, T., & Goldsworthy, S. (2012). *PR Today: The Authoritative Guide to Public Relations*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Nova, F. (2009). *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Oliver, S. (2007). *Public Relations Strategy*. London: Kogan Page Limited.
- Page, J. T., & Parnell, L. J. (2018). *Introduction to Strategic Public Relations: Digital, Global and Socially Responsible Communication*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Purnasari, N. (2021). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method)*. Guepedia.
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek di Media Sosial & Penerapannya pada TV Berita*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rahman, S. (2012). *Internet Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Sleman: Deepublish.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruslan, R. (2000). *Kiat dan Strategi Kampanye PR*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saputra, W., & Nasrullah, R. (2011). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Seitel, F. P. (2015). *Praktik Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

### **Literatur Jurnal**

- Farhatiningsih, L., & Irwansyah. (2018). Optimalisasi Penggunaan Instagram dalam Praktik Kehumasan Pemerintah. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 2.
- Ghodeswar, B. (2008). Building Brand Identity in Competitive Markets: a Conceptual Model. *Journal of Product & Brand Management*.
- Koto, M., & Ridho, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Prosiding FRIMA*, 349.

### **Literatur Online**

- DrupalCon. (2021). *Event Frequently Asked Questions*. Retrieved Januari 28, 2022, from DrupalCon Website: <https://events.drupal.org/global2020/event-frequently-asked-questions>
- Juniman, P. T. (2017, January 18). Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan. Retrieved January 08, 2022, from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>
- Kemp, S. d. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved April 10, 2022, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Kemp, S., & dkk. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved Januari 10, 2022, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

PT. Banban Indonesia Gemilang. (n.d.). Retrieved Januari 9, 2022, from glints.com: <https://glints.com/id/companies/pt-banban-indonesia-gemilang/0e2de893-eac5-4129-a4e7-4d8797e903c6>

### **Literatur Lainnya**

Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi dan Pariwisata. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.

Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata. (2019). *Statistik Penyedia Makan Minum*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.

Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata. (2021). *Statistik Karakteristik Usaha*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017, November 24). *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*. Retrieved January 9, 2022, from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

Subdirektorat Statistik Rumah Tangga. (2021). *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.