

DAFTAR PUSTAKA

- (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Amirullah, W. (2002). Metode Penelitian Pemasaran. Malang : CV. Cahaya Press.
- Amstrong, G. &. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo.
- Anastasia Stefany Susanto, Y. S. (2019). Strategi Public Relations SmartSpin PR dalam Membangun Brand Image. Vol. 3 No. 2 (2019): Prologia , 320.
- Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuhn. (2015). PEMIKIRAN THOMAS KUHN DAN RELEVANSINYA TERHADAP KEILMUAN ISLAM. *FIKRAH: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, 255
- MASINDO, A. A. (2018). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DETIKCOM DALAM MENINGKATKAN BRAND LOYALTY. <https://repository.uinjkt.ac.id/>, 40,41,42.
- Nasir, M. (1988). Metode penelitian. <https://dspace.uui.ac.id/>, 82.
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media.
- Center, C. (2010). Proses Strategi Public Relations. Strategi Humas Cutlip Center komisipemilihan umum denpasar dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada Pilgub BALI 2018, 46-47.
- Creswell, J. W. (2016). Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan campuran 4th.ED. Yogyakarta: Pustaka belajar.
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fombrun, J. C. (2009). Essentials of Corporate Communication : Implementing Practices For Effective Reputation Management. Rutledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.
- Iskandar, A. H. (2021). Strategi Marketing Public Relation pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi. <http://digilib.isi.ac.id>, 7-9.
- Jeffkins dan Yadin. (2014). Public relations. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Prenada Media.
- Littlejohn, S. W. (2016). Theories Of Human Communication. Waveland press:

UnitedOf America.

- Lussier, R. &. (2010). Perbandingan bisnis tiga negara model prediksi keberhasilan versus kegagalan. *Jurnal Usaha Kecil Pengelolaan*, 48.
- Moleong. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- MUSTAFA, N. R. (2017). STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA KANTOR KESYAHBANDARAN UTAMA MAKASSAR. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id>, 58-61.
- Nazir, M. (1988). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putra, A. S. (1999 : 123). *Strategi Persaingan Publik. Strategi Komunikasi Public Relations*, 189.
- Riyanto, Y. (. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya : SIC.
- Rumanti, S. M. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sharpo, S. B. (1983). *Fungsi Humas. PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN*, 6.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif . Bandung: Alfabeth*.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif . Bandung: ALFABETA*.
- Sutopo, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Bandung: Alfabeta.