

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, R. K. (1999). *Communication: A Key to Understanding*. New York: McGraw-Hill.
- Annisya, V. (2019). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS d'BestO DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM. *Seminar Nasional HUMANIS* (pp. 377 - 384). Pamulang: Universitas Pamulang.
- Budiati, M. Z. (2017). *Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Corporate Image Trans Tv*. Salatiga: Universitas Kristen Satyawacana.
- Dominick. (2004). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age*. New York. New York: Mc Graw Hill.
- Fatika, M. R. (2023). *Strategi Marketing Public Relations Grand Sondokoro dalam Membangun Brand Awareness melalui media sosial Instagram*. Surakarta: Universitas Sahid Surakarta.
- Harris, T. L. (2001). *Marketing Public Relations: A Strategic Approach*. New York: McGraw-Hill.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Fundamentals of Strategy*. Harlow: Pearson Education.
- Juwita, R., Taqqiyudin, M., Syarifah, Sunata, I., Chairiyah, U., Hapsari, D. C., . . . Hamidah, E. (2024). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*. Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Person Education.
- Lombang Gaol, H. T. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. Canada: John Wiley.
- Nurjaman. (2012). *Public Relations : Teori dan Praktik*. Bandung: Alfa Beta.
- Purba, B. (2018). PENGARUH PUBLIC RELATIONS TERHADAP PENINGKATAN PENGGUNA JASA DI BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU KAB. DELI SERDANG. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 1 -11.

- Purwanto, J. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ratna, N. K. (2010). *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sari, K. (2017). Sari, K. (2017). Peran Public Relations dalam Mempertahankan Reputasi Lembaga. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 140-159. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 140-159.
- Steiner, C. J. (2001). *Communication : A Process Approach*. New York: Mc GrawHill.
- Widyaputri, N., Suwu, E. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop. *Jurnal Ilmiah Society*, 1-9.
- Winduhung, S. M. (2021). *Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group di Era Pandemi Covid-19*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Yazid, M. A. (2017). *PROSES MARKETING PUBLIC RELATION PADA KAFE*. Riau: Universitas Riau.