

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*: Yogyakarta.
- Adani, D., Yulianti, W., Yunia, A., & Pinariya, J. M. (2021). Kampanye *Marketing public relations* BeBASEkspresi Mengenai Perubahan Stigma Standar Kecantikan Perempuan Indonesia. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(2), 90. <https://doi.org/10.37535/104001220211>
- Agustina, M., & Acyasmoro, V. (2022). *JURNAL HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TITIK RINDU COFFEE & VENUE*. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/hcd>
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen *Event* Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434/http>
- APJII. (2024). *Survei APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Auliya, S. P. (2019). *EVENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KAYN LABEL*.
- Batubara, J. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (PERSPEKTIF DIGITAL MARKETING)* (Fachrurazi & I. K. E. Mulyana, Eds.; Vol. 1). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Creswell, J. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3 ed.). Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Kim, R. B., & Chao, Y. (2024). *Journal of International Studies Journal of International Studies Location: Title: The Central and Eastern European Online Library*. <https://doi.org/10.14254/2071>
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyanto, Racmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Lesmana, N. S. E., Hakim, I. S. E., Riana, S. E., Sanjaya, A. S. E., Marsin, I. S. S. E., Safitri, M. S. E., Prasetyo, E. S. E., & Witiyastuty, H. S. E. (2022). *Manajemen Pemasaran: Vol. I. STRATEGY* CITA SEMESTA.
- Mahrani, M. (2020). *Marketing public relations* dalam Membangun Ekuitas Merek Sepeda Motor KTM Berbasis Pelanggan. *Warta ISKI*, 3(01), 75–84. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.56>
- Manzilati, Asfi. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB PRESS.
- Mawahib, D. M., & Hariyanto, D. (2023). *How to cite: STRATEGI PT. BLUEBRID TBK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN TAKSI ONLINE MELALUI MARKETING PUBLIC RELATIONS*. 8(7). <https://doi.org/10.36418/syntax>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). SAGE Publications : USA.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Muhajirin, M., & Purwanto, S. (2021). Analisis kemampuan mendribbling bola menggunakan massed and distributed practice pada sepakbola. *Sepakbola*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.33292/sepakbola.v1i1.92>
- Ni'mah, M., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. In *JIAGABI* (Vol. 10, Issue 2).
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.
- Puspito Sari, T., & Aras, M. (2021). *Marketing public relations Program (MPR) for Creating the Brand image of PELNI Jakarta Hospital*.
- Rachmad Rinata, A., & Sariniati, M. (2020). Strategi *Marketing public relations* Jawa Timur Park Group dalam Menjalinkan Good Relations dengan Stakeholders. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(2), 20–30. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i2.53>
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi *Marketing public relations* Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada

- Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat) 1. *Jurnal Lugas*, 54(2), 54–60. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Sneath, J. Z., Finney, R. Z., & Close, A. G. (2005). An IMC approach to event marketing: The effects of *sponsorship* and experience on customer attitudes. In *Journal of Advertising Research* (Vol. 45, Issue 4, pp. 373–381). <https://doi.org/10.1017/S0021849905050440>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Utomo, B. S., & Farhan, M. S. (2024). Strategi *Marketing public relations* dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Pada LAZISWAF UNIDA Gontor. *Indonesian Social Science Review*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.61105/issr.v2i2.104>
- Wiraditi, R. B., & Sudibyo, A. G. (2020). Strategi *Marketing public relations* Dalam Meningkatkan *Brand image* PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 2(1), 51–72. www.bro.do
- Wulandari, F. W., Azizah, N., & Subrayanti, D. (2022). *Pengaruh Kegiatan Program Marketing public relations terhadap Citra Perusahaan di Hotel Novotel Bandung*. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i1.1225>
- Yin, R. K. (2019). *Studi Kasus Desain & Metode*. RajaGrafindo Persada : Depok.
- Yulianti, N. M. D. R., & Pratiwi, D. (2019). *EVENT MARKETING SEBAGAI FAKTOR PENARIK MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN DI LEVEL 21 MALL*. *Media Bina Ilmiah*, 13, 1267–1270. <https://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/201/pdf>