

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamil, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitri, N. (2012). *Implementasi Marketing Public Relations (MPR) Dalam Mengembangkan Keunggulan Bersaing di PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ahmad Yani Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Freser, P. S. (1992). *The Practice of Public Relation* (5th ed.). New York: Mac Milan.
- Gie. (2021). *Iklan Digital: Pengertian, Karakteristik, Jenis, Kelebihan dan Kekurangannya*. Retrieved from <https://accurate.id/marketing-manajemen/iklan-digital/>
- Hamidi. (2005). *Metode penelitian kualitatif*. Malang: UMM press.
- Harris, T. L. (2007). *The Marketer's Guide to Public Relation*. New York: McGraw Hill.
- Harris, T. L. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. New York: Son's Inc.
- Hendrarti, D. W. B. (2010). *Konsep Dasar dan Isu Penelitian Kualitatif. Makalah Pada Pelatihan Metodologi Penelitian Kualitatif (Teori & Praktek)*. Surabaya: Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Airlangga.
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muslim, M. (2018). *Varian-varian paradigma, pendekatan, metode, dan jenis penelitian dalam ilmu komunikasi. Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana, 1(10)*.

- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (10th ed.). Jakarta: Grafindo Persada.
- Sagi, S., & Fauzi, R. (2020). Kegiatan *Marketing public Relations* dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*.
- Supada, W. (2020). Peran public relations dalam membangun pencitraan positif organisasi. *COMMUNICARE*, 1(1), 92–100.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan *Brand Awareness* PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas *Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–43.