

## DAFTAR REFERENSI

### **Buku:**

- A. Wawan dan Dewi. (2010). Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia. Yogyakarta: Nuha Medika
- Aaker, David. A. (2010). Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- AG. Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012) Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Jakarta: Intidayu Press.
- Ahimsa–Putra, Heddy Shri. (2012). Strukturalisme Levi-Staruss: Mitos dan Karya Sastra. Yogyakarta: Galang Press.
- Albarran, Alan B. (2013). The Social Media Industries. New York: Routledge.
- Antar Venus. (2009). Manajemen Kampanye (Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Sosial). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2010). Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (1995). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita.
- Babbie, Earl. (1986). Observing Ourselves: Essays in Social Research. USA: Waveland Press, Inc.
- Bahri, Syamsul dan Zamzam, Fahkry. (2015). Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Semamos. Yogyakarta: Deepublish.
- Blakeman, Robyn. (2015). Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation. New York: Rowman & Littlefield.
- Bungin, Burhan. (2011). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). Effective Public Relations: Edisi Kesembilan. Jakarta: Prenada Media Group.
- Danandjaja. (2011). Peranan Humas dalam Perusahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Daru Purnomo. (2014). Statistik Sosial & Aplikom. Salatiga: Widya Sari Press Salatiga
- Djaali. (2008). Skala Likert. Jakarta: Pustaka Utama.
- Effendy. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong U. (1998). Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, A. (2006) *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Universitas Diponegoro.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Frida Kusumastuti. (2002). Dasar- Dasar HUMAS. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregory. (2014). Public Relation Dalam Praktik. Jakarta: PT Gelora Aksara
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. (2017). Analisis Multivariat dan

- Ekonometrika dengan Eviews 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Jahi, A. (1988) *Komunikasi massa dan pembangunan pedesaan di negara-negara dunia ketiga : suatu pengantar*. 1st edn. Jakarta: Gramedia.
- Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Manstead, A.S.R., & Hewstone, M. (1996) *The Blackwell Encyclopedia Of Social Psychology*. Oxford: Blackwell Publisher Ltd.
- Muchson, M. (2017). *Statistik Deskriptif*. Bogor: Guepedia.
- Mukarom, Zainal dan Muhibudin Wijaya Laksana.(2015). *Manajemen Public Relations. Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Neni Yulianita. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Multimedia Fikom Unisba.
- Neuman, W. Lawrence. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Onong Uchyana Efendy. (2002). *Hubungan Masyarakat suatu Studi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rosady Ruslan. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1985). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Straubhaar, Joseph, Robert La Rose, dan Lucinda Davenport. (2009). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. UAS: Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Umar, Husein. (2002). *“Metodologi Penelitian”*, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wilcox, Lynn. (2013). *Psikologi Kepribadian*, Yogyakarta: Ircisod

**Jurnal:**

- Amalya, Resti. 2015. Strategi Kampanye Public Relations Listrik Pintar PT. PLN (PERSERO) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau Dalam Mewujudkan Smart Consumer di Pekanbaru. Vol.2, No.2.
- Chen, Y.S. (2010). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*. 93(3).
- Clow, Kenneth E., dan Donald Baack. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. England: Pearson.
- Cobb-Walgreen, C. J., Ruble C. A., & D.N. (1995) 'Brand equity, brand preference, and purchase intent', *Journal of Advertising*, p. 28.
- Cretu, A.E., & Brodie, R.J. (2007). The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firm: A Customer Value Perspective. *Industrial Marketing Management*. 36(2).
- Daud, R. F., & Apriliani, D. (2017). Kampanye Public Relations Partai Nasional Demokrat (NASDEM) melalui Sosialisasi Program Kampung Entrepreneur Creative (KECE) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi dalam *Jurnal Analisis Sosial Politik*.
- Daud, R. F., & Apriliani, D. (2017). Kampanye Public Relations Partai Nasional Demokrat (NASDEM) melalui Sosialisasi Program Kampung Entrepreneur Creative (KECE) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi dalam *Jurnal Analisis Sosial Politik*.
- Dodds, William, B., Kent, B, Monroe, and D.G. (1991) 'Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluations', *Journal of Marketing Research*, 28, p. 308.
- Fitria Engla Sagita, 2013. "Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) di Cabang Bakso Grand Mall" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang), Volume 2, nomor 02, juni 2013.
- Lien, N. (2001). Elaboration Likelihood Model in Consumer Research: A Review. *Journal of Consumer Research*. Volume 11 No.4.
- Padgett, A., & Allen, D. (1997). Communicating Experience: A Narrative Approach to Creating Service Brand Image. *Journal of Advertising*. 26(4).
- Rosyidi, I. (2015). Pentingnya Human Relations dalam Kegiatan Kehumasan. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(13).

**Website:**

- <https://bijakberplastik.aqua.co.id/publikasi/inovasi/buktikan-komitmen-pengelolaan-sampah-plastik-danone-aqua-dan-veolia-indonesia-resmikan-pabrik-daur-ulang-terbesar-dan-termutakhir-di-indonesia/>
- <https://bijakberplastik.aqua.co.id/publikasi/uncategorized/pentingnya-pengolahan-sampah-plastik-di-indonesia/>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3677417/kenali-karakter-dan-pola-pikir-5-generasi-ini-agar-semakin-bijak>