

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, F. (2002). *Komijnikasi dua arah (atasan - bawahan). 1*, 181.
- Bachtiar, Y. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra (Studi kasus Yayasan Putri Indonesia). *Studi Kasus, 1*, 8.
- Daryono, M, A. (2016). STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS PT SEMEN TONASA DALAM MEMENUHI. *SKRIPSI, 1*, 112.
<https://docplayer.info/63404260-Strategi-cyber-public-relations-pt-semen-tonasa-dalam-memenuhi-kebutuhan-informasi-publik.html>
- Dewi, R. K., & Sulihyantoro, A. B. (2020). *Peranan Cyber Pr Dalam Membangun Corporate Image Alzheimer Indonesia Melalui Media Sosial. 19*.
- Fatimah, S. (2019). INTERAKSI SOSIAL DALAM BENTUK KERJASAMA DAN PERSAINGAN ANTAR PEDAGANG DAGING SAPI DI PASAR FLAMBOYAN. *SKRIPSI, 1*, 11.
- Isma, F., & Utami, D. (2017). *Efektivitas Komunikasi Negosiasi. ix(2)*, 105–122.
- Jurnal Diakom Media dan Komunikasi. (2018). 1(1)*, 48.
- Mudjia, R. (2017). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Teaching Resources, 1*, 4. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/1/metode-pengumpulan.pdf>
- Muhammad Andrya Surya Putra & Faridhian Anshari. (2016). Cyber Public Relations Dalam Klub Sepakbola Di Indonesia: Studi Pada Persija Jakarta. *CoverAge: Journal of Strategic Communication, 7(1)*, 43–54.
- Permana, S. M., & Oktavian, H. J. (2014). Country of origin, brand image. *Jurnal Manajemen, 28(03)*, 365–380.
- Pfoertsch, kotler dan. (2016). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDI PADA ZARA DI MALL PVJ BANDUNG THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TO CUSTOMER SATISFACTION A CASE STUDY OF ZARA AT PVJ MALL BANDUNG Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis , Telkom U. 3(2)*, 1949–1955.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *SKRIPSI, 3*, 10.
- Rianto, P. (2016). Modul Metode Penelitian. In *Metode penelitian (Vol. 5, Issue July)*.
- Rodiah, S. (2019). *Jurnal Kajian Pembelajaran Matematika. 3(April)*, 1–8.
- Sahara, S. (2018). STRATEGI CORPORATE COMMUNICATIONS PT. CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI (ANTV) DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN. *SKRIPSI, 1*, 106.
<https://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-201452005/10901/strategi-corporate-communications-pt-cakrawala-andalas-televisi-antv>
- Setyo Putra, G. B. (2015). the influence of company image on visit interests and visitting

decisions (survey of PT.selecta recreational park visitors, batu city, east java).
Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya, 26(2), 86304.

Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017).
PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN

PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi danBisnis Telkom
University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.