

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2017). Efektivitas marketing public relation dalam membangun citra merek perusahaan jasa telekomunikasi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 1–9. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1565>
- Adityaputri, A. N., Priyowidodo, G., & Wijayanti, C. A. (2022). Bingkai Citra Eiger pada Pemberitaan “Eiger VS YouTuber DuniaDian” di Kompas.com dan Detik.com. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2).
- Ambarwati. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Al Qalam Media Lestari.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Aribowo, A., Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). Pengaruh Loyalitas dan Integritas terhadap Kebijakan Pimpinan di PT. Quantum Training Centre Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1 No 1, 1–17.
- Arseptia, N. N., & Niswah, F. (2019). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility (Studi Pada Bina Lingkungan PT. Jasa Marga Cabang Surabaya Gempol). *Publika*.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 197–208.
- Budiyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Merek dan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Lisensi Diving Pada Perusahaan PADI Corp. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(2), 99–115.
- Bunga, D. (2021). Product Reviews by YouTubers: Education or Defamation? *Kertha Patrika*, 43(3), 226. <https://doi.org/10.24843/kp.2021.v43.i03.p01>
- Fairuzi, A., Tutupoho, R. R., & Mustofa, A. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Dan Mempertahankan Pola Hubungan Masyarakat. *Epigram*, 17(1), 43–50. <https://doi.org/10.32722/epi.v17i1.3351>
- Fauzi, S. N. M. (2021). Penerapan Metode Mengubah Teks Wawancara Menjadi Karangan Narasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Inggris Siswa Kelas VIII A Mts Negeri 2 Purbalingga Semester Gasal Tahun Pelajaran 2019/2020. *LANGUAGE : Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.51878/language.v1i1.354>
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak.
- Hamna, D. M., & Cangara, H. (2022). *Komunikasi Krisis di MECnesia dan Upaya Pemulihan Citra Perusahaan di Masa Pandemi Crisis Communication in MECnesia and Efforts to Restore Corporate Image during Pandemic*. 5(1), 1–8.
- Hia, N., Sihombing, M. U. S., & Simamora, N. (2020). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Teknologi , Kesehatan Dan Ilmu Sosial*, 2(2).
- Ismaulidina, I., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. H. W. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan

- Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 12–17. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>
- Jannah, E. N., Sudaryanto, & Wulandari, G. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Matahari Department Store di Jember. *UNEJ E-Proceeding*, 339–350.
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 1–8. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>
- Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>
- Maritza, K., Febriani, A., Halila, A. A., Claretta, D., & Adi, A. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen Pasca Kasus Surat Komplain Eiger Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 187–192.
- Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan. *Perwira Journal of Economics & Business*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v1i2.47>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Muhyiddin, A. (2022). *Strategi Polri Merespon Komunikasi Krisis Setelah Muncul #PercumaLaporPolisi*. 6, 9179–9189.
- Prastiyani, M., & Suhartono, S. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(1), 58–74. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rafilia, D. A., & Trisnohandoko, T. C. (2021). *Manajemen krisis pada hubungan masyarakat: Analisis kasus surat keberatan oleh eiger adventure*. Universitas Indonesia.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saepudin, H., & Irawaty, S. (2020). Peran Kepala Sekolah Sma Kemah Indonesia 2 Dalam Upaya Membangun Citra Positif Sekolah. *Buana Komunikasi, Jurnal Penelitian Dan Studu Ilmu Komunikasi*, 1(2), 92–101.

- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Sari, D. N., Noorlitaria, G., & Asnawati, A. (2018). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian produk samsung galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 14. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v10i1.2089>
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. CV Nata Karya.
- Soraya, Y., & Husna, J. (2020). Motivasi Relawan Melalui Media Sosial Facebook Pada Gerakan Donasi Motor Pustaka di Desa Pematang Pasir Kecamatan Ketapang Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 256–266. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsono, R., Firdiansjah, A., & Respati, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madlyson Di Distro Azteklina Tulungagung. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 8(1).
- Supada, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi. *Communicare*, 1(1), 21–24. <https://doi.org/10.55115/communicare.v1i1.762>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/2097>
- Suryani, I., & Sagiyanto, A. (2018). Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT Blue Bird Group. *Communication*, 9(1), 103. <https://doi.org/10.36080/comm.v9i1.624>
- Suryatni, L. (2019). Pendidikan Kewarganegaraan dan Literasi Media Dalam Mencerdaskan Netizen di Media Sosial. *Mitra Manajemen*, 10(2), 79–90.
- Tamin, I. (2011). *Public Relations, Mitos dan Realitas*.
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif: Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani.
- Umam, A., Kurniawati, D., & Harahap, H. (2022). The Communication Strategies of Public Relations in the Class I Immigration Office Special for Immigrations Checkpoints (TPI) Medan in Managing Public Complaint. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 8214–8226. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4605>
- Wasyik, T., & Hamid, A. (2020). Implementasi E-Learning Dalam Pembelajaran Alquran Era Covid-19 Di Sanggar Tahfidz Entrepreneur Krian Sidoarjo. *Edudeena: Journal of Islamic Religious Education*, 4(1), 13–24. <https://doi.org/10.30762/ed.v4i1.2194>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Yanuar, F., & Ekayanthi, D. (2021). Kajian Reputasi Organisasi – Studi Kasus Rs Omni 2008-2009 Dan Eiger 2020-2021. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(2), 176–189.
- Yosephine, M., & Diniati, A. (2021). Strategi public relations Sinar Mas Land dalam membangun brand image perusahaan. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(2), 208. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i2.26220>
- Yuliana, W., Komalasari, Y., Haryuda, K., & Rohaeni, H. (2020). Analisis Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di PT Arista Group Bandung | Jurnal Sain Manajemen. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 12–19. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/304>
- Zakariah, A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Action Research and Development*. Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warrahmah.