

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (SOR) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74–90.
- Aestetika, N. M. (2018). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Umsida Press.  
<https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-13-3>
- Amalia, W. E., & Zurani, I. (2021). STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PT. TELKOM WILAYAH TELEKOMUNIKASI RIAU DARATAN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 9(2).
- Ardianto, E. (2011). Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. In *Bandung: Simbiosis rekayasa media*. Simbiosis Rekayasa Media.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.  
<http://www.yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>
- Buku Panduan Sukses Halal Network International*. (2020). Diambil kembali dari [http://hpaindonesia.net/web-downloads/VirtualKit/Buku\\_Panduan\\_VirtualKit.pdf](http://hpaindonesia.net/web-downloads/VirtualKit/Buku_Panduan_VirtualKit.pdf)
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations*. In *Jakarta: Kencana Prenada Media Group* (Kesembilan). PRENADAMEDIA GROUP.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty. Edisi Revisi, Bahasa Indonesia, Jakarta: Erlangga*.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. In N. Mahanani (Ed.), *Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama* (Kelima). PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, A. T. (2009). Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 45(119), 21–36.
- Kurriwati, N. (2017). Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Relationship Marketing. *Eco-Entrepreneur*, 3(2), 299–321.

- Laili, A. A. (2017). ANALISIS KESESUAIAN SYARIAH BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM)(Studi di Topstar Community Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2016). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(2), 105–117.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Nabila, N. M. (2021). *STRATEGI CUSTOMER RELATIONS HONDA ARISTA DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN*.
- Oesman, Y. M. (2010). Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency. *Bandung: Alfabeta*.
- Rahim, H. A. R., & Radjab, E. (2016). *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar .
- Rosmayani. (2016). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. *Jurnal Valuta*, 2(1), 83–98.
- Ruslan, R. (2010). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. In *Jakarta: Rajawali Pers*. Rajawali Pers.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*.
- Sudiby, A. G., & Wiraditi, R. B. (2021). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE PT. BRODO GANESHA INDONESIA 2019 (Studi Deskriptif: Kolaborasi Brodo X Chicco Jerikho). *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1).
- Sugiyono, P. (2011). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta, Bandung*.
- Wahyuningsih, L. (2013). *TUGAS DAN FUNGSI PUBLIC RELATION DALAM ORGANISASI*.
- Yin, R. K. (2013). Studi Kasus: Desain & Metode, PT. In *Raja Grafindo Persada, Jakarta*. Raja Grafindo Persada.