

DAFTAR PUSTAKA

- A. Morissan M. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Pustaka Setia.
- Aditya, R. (2015). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT FOTOGRAFI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI PEKANBARU*.
- Ahmadi, M. (2020). DAMPAK PERKEMBANGAN NEW MEDIA PADA POLA KOMUNIKASI MASYARAKAT. In *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Vol. 4). www.yahoo.com,
- Akbar, T., Zainul, V., & Yulianto, A. E. (2014a). Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toyota Auto 2000 Jl. Letjend Sutoyo No.25, Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 11, Issue 1).
- Akbar, T., Zainul, V., & Yulianto, A. E. (2014b). Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toyota Auto 2000 Jl. Letjend Sutoyo No.25, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 11(1)*.
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., Purba, N., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Ardiani, R., & Yuli Tri Cahyono, M. M. ,Akt, C. (2019). *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aritama, R. (2023, April 2). *ALASAN KENAPA AKUN TIKTOK OPTIKA LUNETT SERING MASUK FYP*. <https://www.froyonion.com/news/esensi/alasan-kenapa-akun-tiktok-optika-lunett-sering-masuk-fyp>.
- Desviora, R., Srikandi, S., & Wilopo, K. (2015). *PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP BRAND IMAGE DAN LOYALITAS PELANGGAN* (Survei Pada Wisatawan Taman Rekreasi Selecta, Batu). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 24, Issue 1).
- Faidlatul Habibah, A. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/JTEKSIS.V3I2.255>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/JI.V14I1.1397>

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, D., Lusnia Sipayung, N., & Pariwisata DanPerhotelan Darma Agung, A. (2021). PERAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA BUKIT INDAH SIMARJARUNJUNG KABUPATEN SIMALUNGUN (PASCA PANDEMI COVID-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416–428. <https://doi.org/10.46930/OJSUDA.V29I3.1226>
- Harnanto, Muh. (2020). *IMPLEMENTASI MANAJEMEN K3 DALAM PRAKERIN SISWA SMK N 1 NANGGULAN*.
- Heriyanti, & Ummarzhana Chania, L. (2022). *The Relationship between the Characteristics of Influencers and Tiktok Social Media Content to the Brand Image of Cimory Yogurt Squeeze Products (Survey on Tiktok Content Commentators @Cheekykiddo)*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7110>
- Hidayat, T. (2015). PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) BANDUNG. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2). <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/55>
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/MEDIUM.2020.VOL8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/MEDIUM.2020.VOL8(1).4820)
- Irfan Fauzi, M., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 148–155. <https://doi.org/10.29313/JRPR.V1I2.500>
- Kinanti, S. S. (2022). PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* MELALUI PESAN KAMPANYE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN CUSTOMER FOLLOWERS BURGER KING. *Undergraduate Theses of Communication*, 0(0). <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-23476-COVER.Image.Marked.pdf>
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019a). PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP CONSUMER LOYALTY PADA CV. SARANA MARINE FIBERGLASS EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND CONSUMER SATISFACTION ON CONSUMER LOYALTY ON CV. MARINE FIBERGLASS FACILITIES. *Pengaruh Service Quality.... 831 Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019b). PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP CONSUMER LOYALTY PADA CV. SARANA MARINE FIBERGLASS EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND CONSUMER SATISFACTION ON CONSUMER LOYALTY ON CV. MARINE FIBERGLASS FACILITIES. *Pengaruh Service Quality.... 831 Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.
- Maria, O., & Budiati, Z. (2017). *Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Corporate Image TRANS TV Artikel Ilmiah Diajukan kepada Fakultas Teknologi Informasi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi*.

- Maryam, O. : (2017). STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH TAMU HOTEL PANTAI MARINA BENGKALIS. *Jom FISIP*, 4(2).
- Mufti Ayu Sawitri, N., & Chusumastuti, D. (2021). Peran Media sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Masker Kecantikan Yeppeoskin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 92–100. <https://doi.org/10.56873/JIMIK.V5I2.148>
- Muhtadi, A. S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. 1*.
- Munawwaroh, P. R., Evawani, P. :, Lubis, E., & Si, M. (2018). PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORESIAK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE SIAK SRI INDRAPURA. *JOM FISIP*, 5(1).
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). *PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO*.
- Narottama, N., Erinda, N., & Moniaga, P. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DESTINASI WISATA KULINER DI KOTA DENPASAR. In *JUMPA* (Vol. 8, Issue 2). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Noviani, G., & Prisanto, G. F. (2021). Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* terhadap Loyalitas Pelanggan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 456–464. <https://doi.org/10.29313/V7I1.27271>
- Petri Lestari, S. (2016). HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA LAYANAN KESEHATAN (STUDI PADA RUMAH SAKIT ISLAM LUMAJANG). *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/INSPI/article/view/619>
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. . Gava Media.
- Ratih, H. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Shilvina Widi. (2023, February 3). *Pengguna Media sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kompetensi Dan Praktiknya*. PT. Bumi Aksara.
- Sutikno, B., Mufidah, E., & Latifa, A. (2021). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SICEPAT EKSPRES PASURUAN. *Jurnal EMA*, 6(2), 47–53. <https://doi.org/10.47335/EMA.V6I2.87>

- Umar, H. (2014). Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier Factors Affecting Customer's Satisfaction on Low Cost Carrier Flight. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 01(02).
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan Anak Muda : Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga New Media and Youth: Changing Forms of Media in Family Interactions. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 11(1), 8.
<https://doi.org/10.20473/JPUA.V11I1.2021.8-18>
- Wibowo, B. P. (2020). EFEKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CABANG MCDONALDS GREEN GARDEN JAKARTA BARAT. *Undergraduate Theses of Communication*, 0(0).
<https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-16616-Cover.Image.Marked.pdf>
- Wiridjati, W., & Roesman, R. R. (2018). FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PENGARUH TEMAN SEBAYA PADA GENERASI MILENIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 275–290. <https://doi.org/10.25105/JMPJ.V11I2.2950>