

DAFTAR PUSTAKA

- Aitchison, Jim. (2004). *Cutting Edge Advertising How To Create The World's Best Print for Brand in The 21st Century*. Singapore: Pearson Prentice Hall
- Alifahmi, Hifni. (2008). *Marketing Communication Orchestra: Harmonisasi Iklan, Promosi, dan Marketing Public Relations*. Bandung: Examedia Publishing.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved November 21, 2016, from <http://bps.go.id/Subjek/view/id/12>
- Bungin, B. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif; Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Butterick, K. (2013). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* (1st ed.) (N. Hasfi, Trans.). Jakarta: Rajawali Persada.
- Cangara, P. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Revisi ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Charlie, Lie. (2006). *Kilas Kilau Bisnis: Langkah 13 Perusahaan Memenangkan Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Creswell, John. (2013). *Research design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cultip, S. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Gassing, D., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Google Akan Berangus Media Online Palsu. Retrieved November 21, 2016, from www.romelteamedia.com
- Group, F. C. (n.d.). Top Brand Award. Retrieved November 21, 2016, from <http://topbrand-award.com/>
- Hardiman, Ima. (2007). *Karier Public Relations The Most Wanted Job!*. Jakarta : Gagas Ulung.
- Harmoni, A. (2014). *Media Richness Theory Dan Potency Website Sebagai Media Komunikasi CSR Oleh Perusahaan*. doi:[http://repository.gunadarma.ac.id/1303/1/Media Richness Theory dan Potensi Website sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan_UG.pdf](http://repository.gunadarma.ac.id/1303/1/Media_Richness_Theory_dan_Potensi_Website_sebagai_Media_Komunikasi_CSR_oleh_Perusahaan_UG.pdf)

- Harris, Thomas, L. (1993). *The Marketer's Guide To Public Relations In The 21th Century*. New York: John Wiley & Sons, Inc.)
- Holtz, S. (1999). *Public Relations on The Net*. New York: Amacom.
- Irawan, P. (2000). *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Kartono, K. (1990). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kasali, Rhenald. (1993). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Marketing: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Edisi Ketujuh*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation Control*. New Delhi: Prentice, Hall of India.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Sutojo, H. (1997). *Dasar-dasar pemasaran (Principles of Marketing 7E)* (Bahasa Indonesia ed., Vol. 1). Jakarta: Prenhalliondo.
- Lukitaningsih, A. (2013). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 13*, 2nd ser. Retrieved November 21, 2016, from www.docslide.com.
- Lwin, M., & Aitchison Jim. (2002). *Clueless In Advertising* (Rajoe Paul, Trans.). Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Miles, Matthew, & Huberman, M. (2007). *Analisis Data Kualitatif, Buku sumber tentang metode- metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Nasution. 2007. *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Ed. 1, Cet.9). Jakarta: Bumi Aksara.
- Nirwana. (2006). *Service Marketing Strategy*. Malang: DIOMA.
- Olympic Furniture. (2012). Retrieved November 21, 2016, from <http://olympicfurniture.id/id/corporate/award.html>
- Onggo. B. (2004). *E-PR: Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media ONLINE*. Yogyakarta: ANDI.
- Pedia, Z. (2010). Pengertian Jejaring Sosial (Social Network). Retrieved November 21, 2016, from <http://www.pengertianahli.com/2014/01/pengertian-jejaring-sosial-social.html>
- Prisgunanto. I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- PROWEB INDONESIA. (n.d.). Retrieved November 21, 2016, from <http://www.proweb.co.id/>
- Rachmadi, F. (1994). *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Galamedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2005). *Kampanye Public Relations*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan aplikasi* (10th ed., Revisi). Jakarta: Rajawali.
- Seitel P., Fraser. (2004). *The Practice Of Public Relations*. New Jersey: Pearson.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2015). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stake, R.E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks, CA; Sage.
- Suparmo, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sutisna, SE. ME. (2002). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suryadi, Didih. (2011). *Promosi Efektif: Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Oryza

- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suryanto, Bugong, & Sutinah. (2008). *Metode Penelitian Sosial: Berbagi Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Tempo Bisnis. (2014). Berita ekonomi terbaru di Indonesia dan dunia. Retrieved November 21, 2016, from <https://bisnis.tempo.co/>
- The End of the Line: Mengakhiri Istilah ATL vs BTL. (n.d.). Retrieved November 21, 2016, from <http://amaliamaulana.com/popular-article/the-end-of-the-line-mengakhiri-penggunaan-istilah-atl-vs-btl/>
- Wilcox L., Dennis dan Cameron T., Glen. (2006). *Public Relations Strategies and Tactics*. Boston: Pearson
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (M. Mudzakir, Trans.). Jakarta: PT: RajaGrafindo Persada.

