

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek, alih Bahasa; Aris Ananda Edisi*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alexander, E. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image*. Bachelor Thesis. Universitas Multimedia Nusantara. <https://kc.umn.ac.id/>
- Allen, M. (2017). *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. doi:<https://dx.doi.org/10.4135/9781483381411>
- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Bandung: PT. Widya Percetakan.
- Azwar, S. (2011). *RELIABILITAS dan VALIDITAS*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Baskoro, D. G. (2013). Penulisan Tugas Akhir. *Information Literacy*, 1.
- Bertram, P. (1975). *Fast Food Operations*. London: Barrie and Jenkins.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *BMIJ*, 128-148. doi:<http://dx.doi.org/10.15295/v6i1.229>
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif, 2nd edition*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, D. J., & Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dahlan, M. S. (2009). *Statistik untuk Kedokteran dan Kesehatan: Deskriptif, Bivariat, dan Multivariat, dilengkapi Aplikasi dengan menggunakan SPSS* (4 ed.). Jakarta: Salemba Medika.
- Davis, K., & Newstrom, J. W. (2001). *Perilaku Dalam Organisasi. alih bahasa: Agus Dharma*. Jakarta: Erlangga.

- Djaali, Muljono, P., & Ramly. (2000). *Pengukuran Dalam Pendidikan*. Jakarta: Program Pasca Sarjana.
- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2002). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS edisi 4*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graffin, E. A. (2003). *A First Look at Communication Theory*. Singapore: McGraw Hill.
- Gregory, A. (2015). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach, 4th edition*. London: Kogan Page.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE.
- Gudykunst, W. B., & Mody, B. (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication, 2nd edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Harris, T. L. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Hasan, I. (2002). *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Heath, R. L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations*. SAGE Publications, Inc.

doi:<http://dx.doi.org/10.4135/9781452276236>

Hidayat. (1986). Konsep Dasar dan Pengertian Produktivitas Serta Interpretasi Hasil Pengukurannya. *Prisma Nomor 11 Tahun 1996*.

Hutagalung, I. (2015). *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*.

Jakarta: PT INDEKS.

IDNFinancials.com. (2020). *KFC Indonesia alami penurunan pendapatan 50%*

dampak Covid-19. [https://www.idnfinancials.com/id/news/34354/kfc-](https://www.idnfinancials.com/id/news/34354/kfc-indonesia-posts-revenue-decline-covid)

[indonesia-posts-revenue-decline-covid](https://www.idnfinancials.com/id/news/34354/kfc-indonesia-posts-revenue-decline-covid)

Jayani, D. H. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna*

Internet. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet)

[peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet)

Kesumawati, N., Retta, A. M., & Sari, N. (2017). *Pengantar Statistika Penelitian*.

Depok: Rajawali Pers.

Khazim, I. A. (2016). *Jurnal Bisnis. Pengaruh Strategi Internet Marketing*

Terhadap Perilaku Konsumen Lazada.co.id Dalam Perbelanjaan Online

Melalui Variabel Electronic Word of Mouth (EWOM).

Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology Methods and Techniques*. New Age

International.

Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi*

dan Pengendalian. Alih bahasa Jaka Wasara dan Herujati Purwoko.

Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11 ed.). New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Media Group.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- Kumari, K., & Yadav, S. (2018). Linear Regression Analysis Study. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*.
doi:http://dx.doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_8_18
- Liliwiri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Lin, N.-H., & Lin, B.-S. (2007). Jurnal of International Management Studies. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*, 121-132.
- Luhukay, M. S. (2008). PENERAPAN MANAJEMEN KRISIS DI INDONESIA : MEMOTRET KRISIS DALAM KACAMATA PUBLIC RELATIONS.
Jurnal Ilmiah Scriptura, VOL. 2, 19.
doi:<https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.18-28>

Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP

YKPN.

McQuail, D. (2010). *MCQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London:

Sage Publication.

Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*.

Jakarta: Bumi Asara.

Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Edisi

ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

Narayana, K. G., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi

Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal*

Manajemen, Vol 9 No 5.

doi:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p16>

Noble, C. H. (1999). *Development in Marketing Science* (Vol. 22). Florida:

Academy of Marketing Science.

Pasolong, H. (2013). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

Pergikuliner.com. (2017). *Mengapa Makanan Cepat Saji Begitu Digemari Bagi*

Kebanyakan Orang?. [https://pergikuliner.com/blog/mengapa-makanan-](https://pergikuliner.com/blog/mengapa-makanan-cepat-saji-begitu-digemari-bagi-kebanyakan-orang)

[cepat-saji-begitu-digemari-bagi-kebanyakan-orang](https://pergikuliner.com/blog/mengapa-makanan-cepat-saji-begitu-digemari-bagi-kebanyakan-orang)

Pfau, M., & Parrott, R. (1993). *Persuasive Communication Campaigns*. Boston:

Allyn and Bacon.

Purba, G. N. (2016). *80% Orang Indonesia Lebih Suka Makanan di Restoran*

Cepat Saji. [https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/xkEq6D9k-80-](https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/xkEq6D9k-80-orang-indonesia-lebih-suka-makan-di-restoran-cepat-)

[orang-indonesia-lebih-suka-makan-di-restoran-cepat-](https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/xkEq6D9k-80-orang-indonesia-lebih-suka-makan-di-restoran-cepat-)

- Soenarso, S. A. (2020). *Survei Moka: Food and beverages jadi industri yang paling terdampak dari Covid-19*. <https://industri.kontan.co.id/news/survei-moka-food-and-beverages-jadi-industri-yang-paling-terdampak-dari-covid-19>
- Solis, B. (2011). *Engage!: The Complete Guide for Brand and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (6 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A. (2018). *MANAJEMEN KAMPANYE: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik* (Revisi ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Virgianto, G., & Purwaningsih, E. (2006). Konsumsi Fast Food Sebagai Faktor Resiko Terjadinya Obesitas Pada Remaja Usia 15-17 Tahun. *Jurnal Media Medika Muda*. <http://www.m3undip.org/>
- WHO. (2020). WHO timeline -covid19-: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>