

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)*.
- Antoni, R. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung*.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang*.
- Black, J. A., & Champion, D. J. (2009). *Metode & Masalah Penelitian Soaial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Fitriani, Y. (2021). *Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital*. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/609>
- Hardiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kamal, M. N. (2019). *Fotografi Dalam Konteks Ilmu Desain Komunikasi Visual*. Padang: CV. Berkah Prima.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik*. Jakarta: Kencana.
- McCormick, E. J. (1987). *Human Factors in Engineering and Design* (6 th Edition ed.). Singapore: Mc Graw Hill Book Company.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musay, F. P. (2013, Juli). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang)*, vol. 3, no. 2,, 1-7. Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya. Retrieved 2024, from <https://www.neliti.com/id/publications/74236/pengaruh-brand-image-terhadap-keputusan-pembelian-survei-pada-konsumen-kfc-kawi#cite>
- Rachmadi, F. (1996). *PR dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Santoso, S., & Tjiptono, F. (2004). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Subagyo, J. P. (1991). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suciningtyas, W. (2012, Agustus). *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, VOL 1 NO 1, 1-8. MANAGEMENT ANALYSIS JOURNAL. DOI 10.15294/MAJ.V1I1.505*

Sudaryono. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Wardhana, A. A. (Ed.). (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial*. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/12013/>

Weaver, R. L. (1975). *Speech Communication: A Reader*. Collegiate Publishing Company.