

DAFTAR PUSTAKA

6. Buku

- Abdullah, I., dkk. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial dan Agama*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Adil, M. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ardianto, E. (2010). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (Edisi 9). Jakarta: Kencana.
- Danandjaja, J. (tanpa tahun). *Public Relations Principles and Problems*. Jakarta: [Penerbit tidak disebutkan].
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lang Gie, T. (dalam Suwarsono, 1999). *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lloyd, J., & Toogood, L. (2015). *Public Relations and the Media*. London: Palgrave Macmillan.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Onong, U. E. (2019). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (dalam Soemirat & Ardianto, 2002). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salam, R. (2010). *Manajemen Citra Korporat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, W. (dalam Fauzi, 2011). *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Sutojo, A. (dalam Nugroho, D., 2018). *Manajemen Reputasi dan Citra*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yusuf, S. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Aplikasi, dan Analisis*. Jakarta: Rajawali Pers

5. Jurnal dan Artikel Ilmiah

- Akbar, A., dkk. (2021). *Evaluasi Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*. Jurnal Komunikasi, 9(1), 23–35.
- Firsan Nova. (dalam Rahmadani & Andrini, 2021). *Strategi Public Relations PENCILS*. Jurnal PR dan Komunikasi, 3(2), 15–24.
- Fitriani, A. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Public Relations dalam Meningkatkan Reputasi Rumah Sakit (Studi Kasus pada RSUD X Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Haryanto, W. (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations dalam Mempromosikan Citra Pendidikan Tinggi (Studi Kasus pada Universitas X)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hidayat, M. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Public Relations dalam Membangun Keterlibatan Konsumen (Studi Kasus pada Brand Lokal Y)*. Universitas Padjadjaran.
- Lestari, D. (2020). *Formulasi Strategi Komunikasi Public Relations dalam Mengembangkan Destinasi Pariwisata (Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi X)*. Universitas Indonesia.

- Maudi, T., & Susilowati, A. (2018). *Peran Public Relations dalam Hubungan Investor*. Jurnal Komunikasi Korporat, 5(1), 77–89.
- Muafatun, N., dkk. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa di Era Digital*. Jurnal Ilmu Administrasi, 6(1), 45–58.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2005). *Corporate Image and Reputation in the Service Sector*. International Journal of Service Industry Management, 16(1), 69–84.
- Ningsih, S. (2018). *Peran Public Relations dalam Mengelola Isu dan Krisis untuk Mempertahankan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Garuda Indonesia)*. Universitas Gadjah Mada.
- Oktora, K. (2016). *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Positif Perusahaan Jasa Transportasi Online (Studi Kasus pada Grab Indonesia)*. Universitas Airlangga.
- Pratama, B. (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Positif Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri)*. Universitas Padjadjaran.
- Rahmadani, I., & Andrini, V. (2021). *Strategi PR dalam Membangun Citra Positif Lembaga*. Jurnal PR dan Komunikasi, 3(2), 15–24.
- Rahma, N. (2022). *Peran Komunikasi Kehumasan dalam Membangun Citra Organisasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(2), 55–64.
- Rosyid, M. (2022). *Jenis-jenis Wawancara dalam Penelitian Kualitatif*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10(1), 101–110.
- Sitorus, R. (2023). *Persaingan Industri Jasa dan Implikasinya terhadap Strategi Pelayanan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(1), 88–96.
- Susanti, R. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Citra Produk UMKM (Studi Kasus pada Produk Kopi X)*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Trisnawati, R., & Syarah, I. (2017). *Public Relations dan Pembentukan Opini Publik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 45–56.
- Wijaya, A. (2019). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Perusahaan E-Commerce (Studi Kasus pada Tokopedia)*. Universitas Brawijaya.

Wibowo, T. (2016). *Peran Public Relations dalam Membangun Hubungan Baik dengan Media (Studi Kasus pada PT. Pertamina (Persero))* Universitas Negeri Jakarta.

Yolanda, M., dkk. (2021). *Faktor Pembentuk Citra Organisasi*. Jurnal Ilmu Sosial, 13(3), 120–134.

6. Sumber Berita & Laporan

CSIS. (2018). *Laporan Ekonomi Sektor Jasa Indonesia*. Jakarta.

Tempo. (2024). *Pertumbuhan Properti dan Investasi Jasa Kebersihan di Indonesia*.

Diakses dari: <https://www.tempo.co>

