



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid. M. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka
- Adhisasono. (2004). *Marketing Public Relations : Pengakuan Konseptual Trend dan Keunikannya Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif. (Survey Terhadap Advertising dan Public Relations Agency di Jakarta)*, Tesis pada Program Studi Magister Manajemen”, Jakarta, Universitas Indonesia Alfabeta.
- Anfin, Anwar. (1994). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo
- Effendy, Onong, Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong, Uchjana. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung:Erlangga
- Given, Lisa M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Los Angeles, Sage. Grafindo
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hariyanto, D. (2010). *Memenangkan Persaingan Bisnis Produk Farmasi Melalui Marketing Public Relations*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 38-44.
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia*. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52-66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>
- Harold D. Laswell Dan Onong Uchjana Effendi. (2002). *Dinamika Komunikasi*. ISSN 2549-4163 60. Jakarta: Erlangga.
- Komariah, dan Satori. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Komunikasi Pendidikan, Vol2 No1, Januari 2018 P-ISSN 2549-1725 E

© Hakipta milik IBI KIS (Institusional dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Kotler dan Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. 11th Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kurniawan, Dani. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus -Organism
- Limakrisna, N. (2011). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kerelasiaan nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 13(1), 68-79.
- Mulyana, Deddy. (2000). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT Remaja
- Nasution. (2009). Metode Research (Penelitian Ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruslan, Rosady. (2007). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Public Relations. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2009). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan). Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana. (2003). Integrated Marketing Communications. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sulistina. (2006). Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pemasang Iklan di Radio Cosmo Bandung. Universitas Komputer Indonesia, Bandung
- Tjiptono & Chandra, G. ( 2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2001). Manajemen Strategi Pemasaran. Edisi Ke-2, Andi Offset: Yogyakarta. Yogyakarta: ANDI

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.