



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Lima*. Jakarta: Erlangga.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Burhanudin, Tomi. (2016, November). *Marketing.co.id: Radio Masih Tetap Diminati*. Dikutip dari <https://marketing.co.id/radio-masih-tetap-diminati/>
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Terjemahan. Jakarta: Kencana
- Creswell, John W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Edisi Ketiga. Terjemahan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations – Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington: Linkage.
- David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Goldblatt, Joe. (2002). *Special Events. Third edition*. New York: John Wiley and Sons
- Goldsmith, R.E. and Horowitz, D. (2006). "Measuring Motivations for Online Opinion Seeking", *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 6 No. 2.
- Gregory, Anne. (2010). *Planning and Managing of Public Relations Campaign*. Philadelphia: CIPR.
- Hubeis, Musa, Lindawati Kartika dan Ratih Maria Dhewi. (2012). *Komunikasi Profesional*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Hennig- Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. (2004). "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion

Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" Journal of Interactive Marketing, 18 (1): 38-52. Iran: Emerald Publishing.

Iriantara, Yosol. (2008). *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya

Jalilvand, M. R., Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention*. Iran: University of Tehran.

Jefkins, Frank. (2002). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Komarudin. (2014). *Reformasi Humas Pemerintah*. Bandung: Genesindo.

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*. New Jersey: PT Indeks.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya.

Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Oliver, Richard L. (2010). *Satisfaction: a Behavioural Perspective on the Consumer*,. 2nd ed. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Poerwandari, E. Kristi. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3.

Prima, Erwin. (2018, Mei). *Tempo.co: Xiaomi Jadi Vendor Smartphone Nomor Dua di Indonesia pada Q1*. Dikutip dari <https://tekno.tempo.co/read/1088950/xiaomi-jadi-vendor-smartphone-nomor-2-di-indonesia-pada-q1-2018>

Puntoadi, Danis, (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, PT Elex Komputindo, Jakarta

Ries, Al dan Laura Ries. (2004). *The fall of Advertising & The Rise of PR*. Terjemahan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rudy, T.May. (2005). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. PT. Refika Aditama. Bandung
- Raco, J.R., (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Smith, Ronald D. (2012). *Strategic Planning for Public Relations*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Soemirat, Soleh. Ardianto, Elvinaro. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing: Konsep, Teori, Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Talk Shop Media. (2014). *Frontline: Get Media Attention with Creative Invitation and Interactive Experience*. Retrived from Canada's Top Small and Medium Employers. <https://www.talkshopmedia.com/blog/pr-blog/get-media-attention/>
- Theaker, Alison. (2012). *The Public Relations Handbook*. London: Routledge.
- Yin, K. Robert. (2015). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zaenudin, Achmad. (2017, November). *Tirto.id: Strategi 'Flash Sale' Xiaomi buat Meladeni Kompetitor OPPO dan Vivo*. Dikutip dari <https://tirto.id/strategi-039flash-sale039-xiaomi-buat-meladeni-kompetitor-oppo-amp-vivo-cAaS>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A