

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, M. (2019). *Electronic Public Relation (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital*.
- Aprilia, P., Hafiar, H., & Subekti, P. (2020). Fungsi Public Relations Pada Strategi Merek Inspira TV dalam Membangun Brand Perusahaan. *ProTVF*, 4(1), 20-41.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2018). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 197-208.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322-332.
- Citrawinda, C. (2013). *Naskah Akademik RUU Tentang Desain Industri*. Jakarta: BPHN
- Hai Grid. (2020). Heboh Ketahuan Nyontek Artwork Orang, Ilustrator Erigo dan Tim Beri Klarifikasi. Diakses tanggal 16 Maret 2020. Dari: <https://hai.grid.id/read/071997093/heboh-ketahuan-nyontek-artwork-orang-ilustrator-erigo-dan-tim-beri-klarifikasi?page=all>.
- Hidayanti, R., & Yahya, M. (2017). Peran Media Baru dalam Membentuk Komunitas Virtual (Studi pada Mahasiswa yang Bergabung dalam Komunitas Acehvidgram di Instagram). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(2), 47-66.
- Indriati, E. (2015). *Strategi Hindari Plagiarisme*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291-297.
- Kim, J. Y., & Hammick, J. (2017). Effects of Corporate Online Communication on Attitude and Trust: Experimental Analysis of Twitter Messages. *Public Relations Journal*, 11(2), 1-19.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan Ke-7*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management Cetakan ke 2*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lontoh, C. S. (2016). Kecurangan Tindakan Plagiarisme Melalui Penelitian Yuridis Terhadap Desain Industri. *Lex Privatum*, 4(6).

- Littlejohn, S. (2018). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Iman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pand, Y. R., & Gui, W. (2016). Influence of Advertisement Message on Fitbar Billboard Towards Brand Awareness and Its Implication to Brand Image. *Humaniora*, 7(1), 63-76.
- Priyanto, D. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Media Kom
- Robiah, S., Ibrahim, A. S., & Rofi'uddin, A. (2017). Respon Tutar Siswa Autis Terhadap Tutar Direktif Guru dalam Interaksi Pembelajaran di Kelas. *Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 44(2), 111-124.
- Ronda, A. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media
- Rondonuwu, S. (2018). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).
- Russanti, I. (2019). *Desain Kebaya Sunda*. Pance Terra Firma
- Sari, M. A. K., Sudaryanto, E., & Yulianti, T. (2016). Pengaruh Tayangan Sinetron Ganteng-ganteng Serigala Terhadap Citra SCTV di Kalangan Mahasiswa FISIP Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. *Representamen*, 2(01).
- Sartika, S., & Kom, M. I. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Hotel Premiere Pekanbaru. *Menara Ilmu*, 12(80).
- Setiawaty, M. (2015). Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal di Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 3(1).
- Shopee. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020. Dari: <https://shopee.co.id/erigostore>.
- Instagram. (2020) Diakses pada tanggal 5 Juni 2020. Dari: <https://www.instagram.com/erigostore/?hl=id>.
- Siregar, S. (2018). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Bumi Askara

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhaily, L., & Elias, E. (2016). Analisis Pengaruh Public Relation Terhadap Customer Loyalty yang Dimoderasi oleh Brand Image Pada Smartphone "X". *IQTISHODUNA*, 10(2), 149-156.
- Sulvinajayanti, S. (2017). Public Relations dan New Media (Proses Humas dalam Mengelola Instagram@ Universitas Pertamina). *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 7(2), 154-168.
- Swa. (2016). Sadad Mengibarkan Erigo dengan Omset Rp22 Miliar. Diakses tanggal 5 Juni 2020. Dari: <https://swa.co.id/swa/profile/sadad-mengibarkan-erigo-dengan-omset-rp22-miliar>.
- Start Friday. (2018). Erigo Menggebrak Pasar dengan Diskon Gila di Awal Bisnisnya. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020. Dari: <https://startfriday.co.id/tag/erigo/>.
- Twitter. (2020). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020. Dari: <https://twitter.com/HaiMagazine/status/1220396626272907270>. Diakses pada 16 Maret 2020.
- Unaradjan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya
- We Are Social. (2020). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020. Dari: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

