

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Achmad, Z. A., & Laila, F. (2024). Polemik Tuntutan Warga Desa “Miliarder” Sumurgeng Tuban untuk Bekerja di Kilang Minyak Pertamina Rosneft. In *Komunikasi di Persimpangan Jalan: Titik Temu Politik, Agama dan Budaya* (pp. 64–79). CV Nas Media Pustaka.
- Anto, Nur, Yusriani, Ardah, Ayu, Nurmahdi, Apriyeni, Purwanti, Adrianingsih, & Putra. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*.
- Arviani, H., Candrasari, Y., Rahmadillah, O. N., & Priambodo, A. I. (2020). Instabranding Kepribadian di Lima Brand UKM Kuliner. *Warta ISKI*, 3(02), 112–122. <https://doi.org/10.25008/WARTAISKI.V3I02.61>
- Ashikin, & Alfikri. (2023). Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT.Nutrifood Indonesia. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 607–615. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.260>
- Asri. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN SEMANGAT KERJA PEGAWAI PUSDIKLAT TENAGA ADMINISTRASI KEMENTERIAN AGAMA RI. *Universitas Persada Indonesia Y.A.I*), 3, 267.
- Ayu. (2013). *Dampak Kebijakan Relokasi Pedagang Pasar Ngasem ke Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta (PASTY) Bagi Pedagang Pasar*.
- Ayuni. (2024). *Tata Kelola Humas dan Keprotokolan*.
- Aziz, Moh. S. (2014). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Persediaan pada Koperasi Mahasiswa UIN Maliki Malang. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maliki Malang.
- Baba, M. A. (2017). Analisis Data Penelitian Kualitatif.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Konstruksi Dalam Angka*.
- Bové, & Thill. (2021). *Business Communication Today Chairman and Chief Executive Officer Global Communication Strategies*. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- Company Profile PT. Pilar Putra Perkasa*. (2020). www.pilarputra.com
- Coombs. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>

- Dewi, K. N. M., Jayawarsa, K., & Purnama, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. *Warmadewa Economic Development Journal*, 2(1), 18–30.
- Fatimah, & Nuryaningsih. (2018). *Buku Ajar Buku Ajar*.
- Fitrah, Muh., & Luthfiyah. (n.d.). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus - Muh. Fitrah & Luthfiyah - Google Books. In 2017.
- Harahap, Suwastika, Mahmuddin, & Pahrul. (2024). *Perencanaan dan Pengembangan Bisnis (Based Case Study)*.
- Hardjana. (2008). *Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi*.
- Hilfuz Gumilar, W., Suwarsi, S., & Alamsyah, I. F. (2023). Pengaruh Employee Branding Terhadap Loyalitas Karyawan Milenial. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 423–429. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.7113>
- Ibrahim. (2024). *Peran Public Relations Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif*. 2(6), 186–190. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1327>
- Iriantara. (2015). *Modul 1 Komunikasi Bisnis*.
- Kementrian PUPR. (2021). *Era Baru Konstruksi Berkarya Menuju Indonesia Maju*.
- Kontrak Pump House. (2022). *Kontrak Pekerjaan*. <https://www.smart-tbk.com/en/tentang/tata-kelola-perusahaan/kode-etik-pemasok/>
- Lubis. (2023a). *Membangun Citra Perusahaan Melalui Strategi Public Relations Yang Efektif*. <https://www.researchgate.net/publication/376279695>
- Lubis, A. P. (2023b). Membangun Citra Perusahaan Melalui Strategi Public Relations Yang Efektif. *Jurnal Public Relations, December*, 1–20.
- Maududi, & Asrunputri. (2022). *FUNDAMENTAL OF STRATEGIC COMMUNICATION: MULTIDIMENSIONAL APPROACH IN REACHING ORGANIZATION-BASED COMMUNICATION* Penerbit UIKA Press. www.uikapress.uika-bogor.ac.id
- Meisani, S. (2020). *Strategi Komunikasi HUMAS dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. POS Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia Di Kabupaten Garut)*.
- Mutahir, Muhlis, Irhas, Junior, Irfansyah, Putra, & Ayu. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA*. <http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/jrktl>
- Mutmainnah, M. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216. <https://doi.org/10.25105/JMPJ.V10I2.2344>

- Ningrum, T. W., & Hadi, S. P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Corporate Image Pt Dan Liris. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 44–51. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26217>
- Novianti, Karim, & Dwivayani. (2021). *PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM MENGELOLA BRANDING PADA SAMARINDA TELEVISI (STV)*.
- Nurozi, K., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Sisdianto, E., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). *PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT : ANALISIS DAMPAK SOSIAL DAN EKONOMI*. 2(11), 301–315.
- Prabowo, Susanto, Firdaus, & Julian. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan, Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(3), 43–54. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i3.205>
- Rachman, & Barmawi. (2019). *Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan*.
- Rahman, Hasiara, & Juri. (2024). *KOMUNIKASI BISNIS*.
- Risnawati, Zuraini, Asian, & Haryati. (2023). *Strategi Humas (Public Relation) Dalam Membentuk Citra Organisasi*.
- Ritonga. (2018). *PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN 2018*.
- Rosita, Tialonawarmi, Musnaini, & Hendriyaldi. (2024). *BUKU AJAR PERILAKU ORGANISASI*. <https://widapublishing.com>
- Santosa. (2023). *Perencanaan Komunikasi Strategis PT. Telkom Jambi dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Jambi*.
- Santoso, N. R., Dewi, E. A. S. K., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Public Relations Professionals' Communication Strategies in Responding to the COVID-19 Pandemic Based on Gender. *Plaridel*, 18(1), 295–315. <https://doi.org/10.52518/2021.18.1-08saderac>
- Sastra. (2023). *Komunikasi dalam Membangun Manajemen Reputasi Korporasi Era 5.0*.
- Setiawan, & Kurniasih. (2020). *Pengaruh Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada PT. SATWA PRIMA UTAMA (Studi pada RJ Farm Amir Atanudin Kp. Pasir Jati Desa Lebak Wangi Kecamatan Arjasari Kabupate Bandung)*. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>
- Siregar. (2012). *INTERAKSI KOMUNIKASI ORGANISASI*.
- Sitorus, Hasibuan, Antikasari, Ainun, Purba, Kato, Purba, Sudarmanto, & Rahmawati. (2022). *Pengantar Perilaku Organisasi*.

- Sudana, I. M., Sasikirono, N., Madyan, M., & Pramono, R. (2019). Dimensions of Corporate Social Responsibility and Market Performance: Evidence from the Indonesia Stock Exchange. *Asia-Pacific Journal of Business Review*, 3(2), 1–25.
- Suherlan. (2022). *Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Triwijaya Abadi Perkasa*.
- Tazkiya, Aldiansyah, Sonia, Saparingga, & Firmansyah. (2021). *Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Berkomunikasi*.
<http://sosains.greenvest.co.id>
- The Jakarta Consulting Group. (2024). *Perbedaan Antara Employer Branding dan Employee Branding - The Jakarta Consulting Group (JCG)*. 2024.
<https://jakartaconsulting.com/id/perbedaan-antara-employer-branding-dan-employee-branding/>
- Uamang, R. (2018). *Pembinaan Karakter bagi Mahasiswa Asal Kabupaten Mimika Papua di Yayasan Binterbusih Semarang*.
- Undang Undang Republik Indonesia 1999*. (1999).
- Yosephine, & Diniati. (2021). Strategi public relations Sinar Mas Land dalam membangun brand image perusahaan. *Profesi Humas*, 5(2), 208–228.