

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Jalil, R. (2021). Pelaksanaan Pembentukan Komisi Sebagai Alat Kelengkapan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Studi Pada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Asahan). *Jurnal Tectum*.
- Andriati. (2024, September Selasa). Direct Marketing Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Andriati. (2024, September Selasa). Promosi Melati Imitasi Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Andriati, I. (2024, September Selasa). Penetapan Harga Melati Imitasi Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Anom, E. (2004). Public Relation Dalam Kegiatan Marketing. *Komunikologi*, 3.
- Antika. (2024, September Kamis). Ketertarikan Minat Beli Konsumen. (Kupjang, Interviewer)
- Aryan, M. H. (2022, Agustus 02). Wakil Ketua DPRD Tulungagung Terkait Kasus Suap Bankeu Jatim. Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/berita/d-6211822/kpk-cekal-wakil-ketua-dprd-tulungagung-terkait-kasus-suap-bankeu-jatim/1>
- Aulia Rahman, D. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Baene, R. J. (2022). Analisis Peran Bagian Humas Dalam Meningkatkan Informasi Kepada Masyarakat Pada Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Barat. *Universitas Medan Area*.
- Christine, W. B. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House Of Moo, Semarang). *Marketing*, 13.

- Deril Rosyid Al habib, B. S. (2018). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Lembaga Pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 125-131.
- Deryana, L. (2024, September Kamis). Kualitas menentukan minat beli melati imitasi Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Diansari, B. N. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Yoi Katsu). *Hubisintek*, 629-636.
- Durianto, D. (2003). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiyastuti. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. *Bisnis*, 34-40.
- Febrian, F. (2010). *The Power Of Selling*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ferayani, M. D. (2023). Strategi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Pada Produk UMKM Strawberry Corp Desa Pancasari. *Abdi Satya Darma*, 4-7.
- Giarti, D. M. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 3, 60-66.
- Haeril, M. M. (2020). Peran Humas DPRD Dalam Menjaga Kinerja Dan Citra DPRD (Studi Pada Dprd Kabupaten Bima). *Journal of Government and Politict (JGOP)*, 02. doi:<https://doi.org/10.31764/jgop.v2i2.3138>
- Harlim, A. (2020). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Purchase Intetion Pada Coffe Shop Yang Berbeda di Sekitar Jalan Siwalan Kerto Surabaya. *AGORA*, 6.
- Hasan. (2024, September Rabu). Harga Mempengaruhi Minat Beli Konsumen. (Kupjang, Interviewer)
- Hasti Winartanti, D. D. (2023). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Pada Indomaret. *Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 1210-1232.

- Hendrayani, E. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hidayat, M. (2020). Analisis Faktor Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Konsumen Di Thamrin Coffee. *Bisnis Management*, 25-28.
- Hikmat, M. M. (2018). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Presfektif Rakyat Daerah. *Jurnal Common* , 33-56.
- Hutama, K. A. (2020). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cubic Kithen dan Bar Yogyakarta. *Marketing*, 10-12.
- Ibnularoby. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Marketing Mix 7P Pada Perusahaan PO.SAN Bengkulu. *Ekonomi Bisnis*, 15.
- Ibrahim, M. I. (2024). Peran Public Relations Dalam Menumbuhkan Citra. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 186-190.
- Iswanto. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin. *Demandia*, 1, 116-133.
- Kamil, I. (2022, Maret 01). *Kasus Proyek Pekerjaan di Tulungagung, KPK Panggil Wakil Ketua DPRD sebagai Saksi*. Retrieved from nasional.kompas.com: Kasus Proyek Pekerjaan di Tulungagung, KPK Panggil Wakil Ketua DPRD sebagai Saksi
- Kotler, P. (2016). *Marketing Managemen*. New Jersey: Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktiis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: PERNADAMEDIA GROUP.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*.
- Lukitaningsih , A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran . *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 116-129.

- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 60-66.
- Marentek, M. R. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Manado: Polimdo Press.
- Mazzarello, A. C. (2020). Analisis Faktor Yang Membentuk Minat Beli Ulang Konsumen Konveksi. *Manajemen Start-Up Bisnis*, 213-222.
- Muhammad Eka Fahri, A. A. (2018). Analisis Peran Dan Fungsi Humas Pemerintah Di Era Keterbukaan Informasi Pada Sekretariat Dprd Provinsi Sulawesi Tengah. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*(Vol.7 No.2 Juli - Desember 2018), 175-183. doi:<https://doi.org/10.31947/kareba.v7i2.6867>
- Muhammad Fajar Awaludin, R. R. (2022). Peran Kelompok Keagamaan dalam Menjaga Keharmonisan dan Keberagaman (Studi Deskriptif PC NU Kabupaten Karawang Dan Pengurus Vihara Nam Hai Kwan Se Im Pu Sa Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 670-680.
- Novi Ariyanti, M. A. (2021). Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat dan Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Falah Purwodadi Pasuruan). *Jurnal Idarah: Pendidikan dan Kependidikan* , 103-126.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Proccess, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Tekonologi (JMT)*, 121.
- Oktarina, A. (2019). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif DPRD Kabupaten Rejang Lebong.
- Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relation*. Jakarta: Erlangga.
- PERBUB. (2019). *Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Sekretariat DPRD Kabupaten Tulungagung*. Retrieved from [peraturan.bpk.go.id/ https://peraturan.bpk.go.id/Details/167335/perbup-kab-tulungagung-no-54-tahun-2019](https://peraturan.bpk.go.id/Details/167335/perbup-kab-tulungagung-no-54-tahun-2019)

- Prastowo, F. A. (2020). Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah Pada Lembaga Pemerintah. *PROfesi Humas*, 17-31.
- Pratama, J. D. (2019). Peranan Fraksi Partai Demokrat dalam Mendukung Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Sumatera Utara.
- Rabbani, D. B. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. Padang Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Rakhmad Handin Setya Purwo, D. P. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*(Vol. 8 No. 3 (2020): Desember 2020), 458-467. doi:<https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Rosady, R. (2012). *Manajemen Public relations & Media*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 147-155.
- Setiawati, L. D. (2024, September Kamis). Direct Marekting Melati Imitasi Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Soemirat, E. A. (2002). *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Suparman. (2024, September Selasa). Ketentuan Diskon Melati Imitasi Kindi Jasmine. (Kupjang, Interviewer)
- Surianto. (n.d.). *Peran Strategis Pranata Humas Dalam Instansi Pemerintah*. Retrieved from babelprov.go.id: https://babelprov.go.id/artikel_detil/peran-strategis-pranata-humas-dalam-instansi-pemerintah#:~:text=Selain%20sebagai%20komunikator%2C%20Pranata%20Humas,kondusif%20dalam%20pembangunan%20nasional%2C%20baik

- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktivitas Bauran Komunikasi Pemasaran di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto . *Jurnal Komunikator*, 1-8.
- Suyani, E. (2018). Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Masyarakat Pada Sumatera Utara. *Jurnal Network Media*.
- Syahputra, D. I. (2018). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kantor Humas Gubernur Sumatera Utara). *Universitas Medan Area*, 3.
- Tulungagung, D. K. (n.d.). *Visi Misi*. Retrieved from website.dprd-tulungagungkab.go.id: <https://website.dprd-tulungagungkab.go.id/visi-misi/>
- Walean, R. H. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Carrefour Transmart Kawanua. *Klabat Journal of Management*, 20-40.
- Wulanjari, N. (2015). Peran Public Relations Di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sukoharjo. *Repository universitas yogyakarta*.
- Yanti, V. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Online Melalui Instagram. *Pemasaran*, 18-22.
- Zulfikri, A. (2012). Strategi Public Relations PT Rapp dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *Jurnal M.D* .