

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2000). *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Mitra Utama. Jakarta.
- Abdulhak, Ishak (2012). *Penelitian Tindakan Dalam Pendidikan Nonformal*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Akdon. (2007). *Strategis Managemen for Educational Management*. Alfabeta. Bandung.
- Arianto. (2019). *Fantasi Kelompok Pendukung Prabowo Di Media Sosial Pada Debat Pemilihan Presiden Indonesia 2019*. Jurnal Bussiness Economic, Communication and Social Sciences, Volume 1, Nomor 1.
- Arianto. (2012). *Tema - Tema Fantasi Dalam Komunikasi Kelompok Muslim - Tionghoa*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 1.
- Bales, R.F. (1950). *Interaction Process Analysis : a method for the study of small groups*.
- Bernard, Scott A. (2005). *An Introduction to Enterprise Architecture*. 2nd edition. Author House. United States America.
- Bormann, Ernest G. (1982). *The Symbolic Convergence Theory of Communication: Applications and Implications for Teachers and Consultants*. Journal of Applied Communication Research, P 50-61.
- Bormann, Ernest. (1985). *The Force of Fantasy Restoring the American Dream, USA: Southern Illinois University, Carbondale and Edwardsville*.
- Bormann, Ernest G. (1985). *Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation*. Journal of Communication, vol 35, 128-138.
- Bormann, Ernest G.(1986). *Homo Narrans Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation*, Journal of Communication, vol 35, 4, 128-39.
- Bormann, Ernest G. (1972). *Fantasy and Rhetorical Vision: The Rhetorical Criticism of Social Reality*, Quarterly Journal of Speech, vol 58, 396-407
- Borman, M, Kathryn. (1990). *Foundations of Education in Teacher Education” dalam Handbook of Research on Teacher Education, A Project of the Association of Teacher Educators (1990)*. Macmillan Publishing Company. New York.
- Bormann, Ernest. (1990). *Small Group Communication. Theory and Practice*. Haper&Row. New York.
- Cardani, Leann. (2000). *“Corporate Mission Statements: A Strategic Management Issue”*.
- Cragan, J. F., & Shields, D. C. (1998). *Understanding communication theory: The communicative forces for human action*. Allyn and Bacon. Boston.
- Chang, Wei-Lun. (2009). *“Roadmap of Co-branding Positions and Strategies”*. The Journal of American Academy of Business, Cambridge, Vol.15, No. 1.

- Tarigan, Roy Marthin. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstensi Universitas Sumatra Utara*.
- Fajrina, Rani Sherly. 2012. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja. *Jurnal Universitas Indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi*. hal 27 .
- Gaspersz, Vincent. (2003). *Total Quality Management*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. hal. 14.
- Hasmawati, Fifi. (2018). *Manajemen Dalam Komunikasi*, Al-Idarah, Vol V No 6.
- Jasfar, Farida. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia. Bogor. hal. 184.
- Jakson, Bradley G. (2000). *A Fantasy Theme Analysis of Peter Senge's Learning Organization*. *The Journal of Applied Behavioral Science*, Vol 36, No 2, 113-127.
- Kidd, Virginia. (2004). *Fantasy theme analysis*. Departement of communication studies California State University, Sacramento, USA.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012) *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I, Indeks*, Jakarta : hal. 384-388.
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (1994). *Marketing Managemen : Analysis, Planing, Implementation, Control*. Ed.8, New Jersey. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (1994). *Manageman Pemasaran*. Edisi ke Lima Belas Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Rhenaid Kasali, (2003). *Manajemen Public Relation & Aplikasi Di Indonesia*. Griffin. Jakarta: hal 30.
- Liliweri, Alo. (1997). *Komunikasi Antar-Pribadi*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Liliweri, Alo. (2004). *Wacana Komunikasi Organisasi*. Mandar Maju. Bandung. hal. 64.
- LittleJohn, Stephen W. (1996). *Theories of Human Communication*, Edisi 3. Wadsworth, Belmont.
- LittleJohn, Stephen W & Foss, Keren A. (2008). *Theories of Human Communication*. Wadsworth, Belmont.
- M.A, Morissan. (2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Mathis, R.L & J.H, Jackson. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Muhammad, Arni. (2001). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta. hal. 67.
- Mutiaz, Intan Rizky. (2019). *Konstruksi Realitas Simbolik Generasi Milineal Melalui Tema Fantasi Selebgram Di Media Sosial*. *Jurnal Sosioteknologi*, Volume 18, Nomor 1, April 2019.
- Putnam, L.L., Pacanowsky, M.E. (Ed). (1983). *Communication and Organizations An Interpretive Approach*. Beverly Hills: Sage Publication.

- Rangkuti, Freddy.(2004). *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengemabangan Merek*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.hal. 244.
- Romli, Khomsahrial. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo, hal 2.
- Ronald J. Burke, Graeme Martin and Cary L.Cooper. *Corporate Reputation Managing, Opportunities and Threats*. GOWER
- Sampurno.(2009).*Manajemen Pemasaran Farmasi*. UGM Press. Yogyakarta. hal.153.
- Schreiber, James and Kimberly Asner-Self. (2011). Educational Research. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Seftiani.(2017).*Pengaruh Citra Perusahaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Prespektif Ekonomi Islam(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung*. Lampung. hlm. 24
- Setiawan,Anton. (2007). *Peran Kepercayaan Pada Merek Dan Kepuasan Dalam Menjelaskan Loyalitas Pada Merek*. Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Surakarta.
- Setiawan. (2007). *Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer*. Jurnal. Usahawan. No. 4, hal 1-3.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Sendjaja,Sasa Djuarsa. (1994). *Pengantar Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa.(1994). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta. hal.133.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (1994). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Sella Kurnia.(2013).*PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT KONSUMEN (Evaluasi Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City hotel)*. Jurnal Ilmu komunikasi Unair.hal.14
- Soegoto, Eddy Soeryanto.(2008). *Membangun Sinergisitas Kinerja Pemasaran Peguruan Tinggi Swasta*. Gava Media. Yogyakarta.hal. 84.
- Soegoto, Eddy Soeryanto.(2008). *Membangun Sinergisitas Kinerja Pemasaran Peguruan Tinggi Swasta*. Gava Media, Yogyakarta.hal. 83.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007, *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Song Zhaoxun. (2015). *Rhetorical Vision of a Chinese Corporate Hero : A Fantasy Theme Analysis*. International Journal of Art and Sciences, 08 (04) : 205 – 214.
- Souiden, Nizar et al. (2006). The Effect of Corporate Branding Dimensions on Consumer Product Evaluation –A Cross- cultural Analysis. European Jurnal of Marketing Research Vol.40, No 7/8, 2006 ; 82-845. Emerald Group Publishing Limited.
- Sulistiyani, Hapsari Dwiningtyas. (2016). *Pemaknaan Lokal Terhadap Teks Global Melalaui Analisis Tema Fantasi*.Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 13, Nomor 2, Desember 2016 : 201-212.

- Suryana, Agus.(2007). *Streategi Pemasaran untuk Pemula*. Edsan Mahkota. Jakarta.hal.54.
- Suryadi, Isarawati. (2010). *Teori Konvergensi Simbolik*. Jurnal Academia Fisip Untad. Vol.2, No. 2.
- Suryani.(2010).*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI'46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Ciputat)* SKRIPSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah. hal. 50.
- Sutrisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya. Bandung. hal. 22.
- Tjiptono, Fandy.(2005). *Brand Managemen and Strategy*. Andi. Yogyakarta. hal.2.
- Tjiptono, Fandy.(2007). *Brand Manajemen and Strategy*. Andi. Yogyakarta.
- Viriena Puspita. (2017). *Fantasi themes Of Marine Group*. Jurnal Humaniora vol. 8. No. 2 April 2017.
- Watson, James&Anne Hill.(2000).*Dicitionary of Media and Communication Studies 5th ed*. London: Arnold.
- Wei wei, Tang. (2007). Impact of corporate image and corporate reputation on customer loyalty. Jurnal managemen science & enginnering, Vol 1, No.2 December 2007.
- Wibisono, Dermawan. (2006).*Manajemen Kerja*. Erlangga. Jakarta. hal. 43-47.
- Wibisono, Dermawan. (2006). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. *Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions*. Journal of Computers, (6)9: 1875 1879.
- <https://bappeda.slemankab.go.id>