

DAFTAR PUSTAKA

- Almira, S. K., & Suharyanti. (2014). Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Pengelolaan Citra Merek. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4 No. 1: 60-66.
- Andriyani, N. (2019). Perjanjian Jual Beli Properti Syariah Ditinjau dari Hukum Islam (Studi D'Ahsana Properti Syariah Cabang Malang). *Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*: 7-8.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ardianto, E. (2010). *Mengelola Aktiva Merek: Sebuah Pendekatan Strategis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arianti, L. (2019). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Kartu Internet Indosat (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Internet Indosat di UIN Alauddin Makassar). *Skripsi, UIN Alauddin Makassar*: 24-41.
- Arista, E. D., & Astuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset*, Vol. 13 No.1: 40-41.
- Azzahra, F. (2019). Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI HPAI). *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*: 16-39.
- Directory. R. G. (2021). *Refinitiv releases findings of 2021 Islamic Finance Development Indicator*. United Arab Emirates: Refinitiv.
- Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- GIFR. (2021). *Global Islamic Finance Report 2021 being Launched At the 8th Indonesia Sharia Economic Festival*. Diakses pada 16 November dari Zawya by Refinitiv: www.zawya.com
- Hapsari, H. T., & Yuniarti, T. (2014). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations Dalam Memberikan Pelayanan Bagi Konsumen (Studi Pada Customer Service PT Ratu Hotel Bidakara Serang Banten). *Jurnal Makna, Volume 5, Nomor 2*: 1-11.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hasyim, D., Pinariya, J. M., & Idris, P. (2020). Peran Expert Endorser dalam Menyampaikan Informasi Rumah Syariah (Studi Kasus: Syeikh Ali Jaber pada Kampung Tahfidz Jatiluhur). *Jurnal Komunikasi Vol. 14 No.2*, 162-164.
- Imansari, M. D. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Ditinjau dari Segi Marketing Mix (7p's) di D'ahsana Property Pusat Malang. *Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya*: 34-46.
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Jonas, A. A. (2021). *Wisata Halal dan Wisata Syariah, Apa Bedanya?* Diakses pada 13 Juni dari Bincang Syariah: <https://bincangsyariah.com>
- Kalisa. (2021). *Mengenal Lebih Jauh Tentang Properti Syariah, Siap*. Diakses pada 13 April dari Mustikaland.co.id: <https://www.mustikaland.co.id>

- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- KBBI. (2021). *Properti*. Diakses pada 14 Desember dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/properti>
- Kemenparekraf. (2020). *Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia*. Diakses pada 5 Januari dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia : <https://bankdata.kemenparekraf.go.id>
- Khairunnisa, Y. (2016). Strategi Public Relations PT. Telkom Indonesia TBK di Makassar dalam Menjaga Citra Perusahaan. *Skripsi, UIN Alauddin Makassar*: 14-27.
- Komala, R. D., & Wijaksana, T. I. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis Swot Studi Pada Eduplex Coworking Space Bandung. *e-Proceeding of Management*: 920-927.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Lasender, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe). *Jurnal EMBA Vol. 1 No.3*: 285-286.
- Listinasari, D. (2020). Strategi Marketing Public Relations PT Veritra Sentosa Internasional Bandung Dalam Membangun Brand Image Pada Aplikasi Paytren Di Kalangan Konsumen. *Skripsi, Universitas Komputer Indonesia*: 27-58.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mujiyanto, H. (2018). Pengaruh Strategi Public Relations terhadap citra Perusahaan (Studi Kasus pada Hotel Grand Kopo Bandung). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol. 4 No.1*: 88-90.
- Muslimin. (2004). *Humas dan Konsep Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Muslimin. (2012). *Pengertian Unit Analisis dalam Penelitian*. Diakses pada 05 September dari Referensi Makalah: <https://www.referensimakalah.com>
- Mustikarilla, R. N. (2011). Pengaruh Brand Image terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush pada PT. Hadji Kalla di Makassar. *Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar*: 16-26.
- Neuman, W. L. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. - Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA, Tahun XIV, No. 2*: 102-109.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Nurjanah, S. (2019). Analisis Mengelola Brand Image dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada G Hotel Syariah dan Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung). *Skripsi, UIN Raden Intan Lampung*: 25-32.

- Nursallam, B. T. (2017). Strategi Marketing Public Relations Citifin Multifinance Syariah dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*: 2-3.
- OJK. (2017). *Keuangan Syariah*. Diakses pada 21 Desember dari www.ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id>
- Onong, & Effendy, U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Priyanka, A., & Yolanda, P. (2019). *Wisata, Kebutuhan Masyarakat Semua Kelas*. Diakses pada 24 Januari dari Republika.co.id: <https://republika.co.id>
- Propertisyariah.id. (2021). *Mengenal Properti Syariah dan Perumahan Syariah*. Diakses pada 21 April dari propertisyariah.id: <https://propertisyariah.id>
- Putri, M. K., Rahman, J. S., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G., & Agustin, R. (2019). Analisis Segmentasi Pasar dalam Penggunaan Produk Viefresh di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Balance* Vol. XVII No. 2: 157-158.
- Rachmawati, D. A. (2018). Strategi Marketing Public Relations Daarut Tauhiid dalam Mempertahankan Loyalitas Jama'ah (Studi Deskriptif pada Humas Yayasan Daarut Tauhiid). *Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*: 82-131.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2020, September 23). *Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks)*. Diakses pada 23 September dari kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel Dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 2 Nomor 4*: 255-271.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saleh, G., & Sulastrri, F. (2017). Aktivitas Marketing Public Relations (MPR) dalam Meningkatkan Pelanggan (Studi Pada The Baliview Luxury Villas Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi Univrab*, Volume 3, Nomor 1: 35-36.
- Sihotang, J. P. (2017). Analisis Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pada Perusahaan Asuransi PT.(Persero) Jiwasraya, Pekanbaru. *JOM FISIP* Vol.4 No.1: 6-9.
- Sinaga, I. (2014). The Effect of Marketing Public Relations on Brand Image. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* Vol. 2, No.2: 185-186.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soendari, T. (2012). *Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. Diakses pada 8 Maret dari Direktori File UPI: <http://file.upi.edu/Direktori/FIP>
- Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., Halim, F., Purba, P. B., Dewi, I. K., Purba, H. M., . . . Manullang, S. O. (2020). *Manajemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiani, D. (2014). Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El-Qudwah (10-2014)*: 4-9.
- Syahidah, U. I. (2017). Strategi Marketing Public Relations PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam Pembentukan Brand Image Eiger. *Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*: 57-144.
- Syariah Properti. (2017). *Pengertian KPR Syariah dan Property Syariah*. Diakses pada 12 Juni dari syariahproperti.com: <https://syariahproperti.com>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, S., Intan, I., Hafid, L., & Naim, K. Z. (2019). Sistem Informasi Geografis Pada Proyek Properti Syariah di Indonesia Berbasis Web. *Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknik Informatika Sensitif 2019*: 973-974.
- Wardana, W. N., Witjaksono, A., & Enderwati, M. C. (2018). Identifikasi Kebutuhan Sarana dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Pengunjung di Pantai Sipelot Kabupaten Malang. *Skripsi, Institut Teknologi Nasional Malang*: 2-4.
- Wiguna, B. A. (2021). *10 Negara dengan Penduduk Muslim Terbanyak di Dunia*. Diakses pada 12 Oktober dari Tempo.co: <https://www.msn.com/id-id>
- Yani, D. A. (2021). Segmentation, Targetting dan Positioning. In E. Hendrayani, W. Sitinjak, G. P. Kusuma, D. A. Yani, N. N. Yasa, T. Chandrayanti, . . . N. Hilal, *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (pp. 57-58). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Yuniarti, T. (2012). Peran Internal Communication Dalam Upaya Pencitraan Perusahaan (Studi Kasus Public Relations PT Lippo Cikarang, Tbk). *Jurnal Makna, Volume 3, Nomor 2*: 21-30.
- Yuniarti, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Rekayasa Sosial Pada Program Pembangunan Area Pedestrian. *Dissertations, IPB (Bogor Agricultural University)*: 160-162.
- Zarina. (2018). Penataan Kawasan Wisata Berdasarkan Prinsip-Prinsip Islami (Studi Deskriptif Analitis Tempat Wisata Pantai Kuthang Gampong Sagoe Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya). *Skripsi, UIN Alauddin Makassar*: 20-31.