

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyyah, A. R. (2022a, November 7). *7 Dosa Whitelab yang Bikin Fans Sehun Exo Murka, Apa Saja?* Liputan 6. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5118813/7-dosa-whitelab-yang-bikin-fans-sehun-exo-murka-apa-saja>
- Alfiyyah, A. R. (2022b, November 7). *Lewat Live IG, Sehun Exo Pastikan Tanda Tangan di Photo Card Whitelab Asli.* Liputan 6. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5119001/lewat-live-ig-sehun-exo-pastikan-tanda-tangan-di-photo-card-whitelab-asli>
- Angelina, T. (2022, November 7). *Jumpa Fans Sehun Cuma 10 Menit, Penggemar Minta Whitelab Refund!* Voi.Id. <https://voi.id/lifestyle/225293/jumpa-fans-sehun-cuma-10-menit-penggemar-minta-whitelab-refund>
- Annur H, N., & Suksmawati, H. (2015). Kepuasan Masyarakat Surabaya Terhadap Program Komedi Indonesia Lawak Klub di Trans7. *Jurnal Imu Komunikasi*, 7(2), 51–58. <http://eprints.upnjatim.ac.id/7023/>
- Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KOMITMEN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Survei pada Warga Kelurahan Penanggungungan Konsumen Produk Aqua di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44(1), 144–154. <https://www.neliti.com/id/publications/87783/pengaruh-kepercayaan-merek-dan-komitmen-merek-terhadap-loyalitas-merek-survei-pa>
- Aryanto, A. (2022, November 7). *Whitelab Hadirkan Pameran Inovasi Unveil The New Whitelab*. Infobrand.Id. <https://infobrand.id/whitelab-hadirkan-pameran-inovasi-unveil-the-new-whitelab-.phtml>
- CNN Indonesia. (2022, November 6). *Pengunjung Membludak, Jumpa Fans Sehun Exo Cuma 10 Menit.* CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20221106204124-234-870224/pengunjung-membludak-jumpa-fans-sehun-exo-cuma-10-menit>
- Dalila, K. N. (2022, November 8). *EXO-L Kecewa, Buket Bunga Surat dan Spanduk untuk Sehun Malah Dipakai Foto Staff Whitelab.* Urban-Bekasi.Com. <https://bekasi.urbanjabar.com/entertainment/pr-3115505190/exo-l-kecewa-buket-bunga-surat-dan-spanduk-untuk-sehun-malah-dipakai-foto-staff-whitelab>
- Dr. Meiryani. (2021, August 12). *Memahami Uji T Dalam Regresi Linear.* Binus University School of Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (5th edition). Routledge. <https://www.routledge.com/Crisis-Communications-A-Casebook-Approach/Fearn-Banks/p/book/9781138923744>
- Harmal, A., & Hudrasyah, H. (2016). THE EFFECT OF QZ 8501 DISASTER TO THE DOMESTIC CUSTOMERS BRAND TRUST AND PURCHASE INTENTION OF AIR

ASIA INDONESIA. *JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT*, 4(9), 981–989.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1529366>

Hermawanti, F., Prisant, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap Persepsi Profesi Pramugari. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 346–356. <https://doi.org/10.29313/v7i1.27198>

Indrawati, I. (2017). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia (Di Juanda Airport Surabaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4001>

Khoirunnisa, A., & Astini, R. (2021). The Effects of Experiential Marketing and Social Media Marketing on Repurchase Intention with Brand Trust as Variable Mediation for Wearing Klamby Hijab Fashion Products. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 35–41. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.1145>

Kurniawan, D. (2022, November 7). *Jumpa Fans Sehun Exo Akhirnya Dihentikan, Ini Klarifikasi Whitelab*. Jawapos.Com.
<https://www.jawapos.com/infotainment/01417881/jumpa-fans-sehun-exo-akhirnya-dihentikan-ini-klarifikasi-whitelab>

LEE, J.-M., & QUAN, Z. (2020). A Study of Corporate CSR Effects on Corporate Crisis Management. *Journal of Economics Marketing, and Management*, 8(2), 13–17.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20482/jemm.2020.8.2.13>

Leliana, I., Susilowati, Armelsa, D., Nurdiansyah, C., & Sagiyanto, A. (2020). Respon Krisis PT Garuda Indonesia Pada Kasus Postingan Menu Rius Verandes. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Saran Informatika*, 20(1), 125–132.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v20i1.8171>

Nabila, A. R., & Sugandi, M. S. (2020). Pengaruh Perilaku Menonton Tayangan Kekerasan Terhadap Agresivitas Penonton Remaja (Studi Eksplanatif Menonton Tayangan Kekerasan dalam Film “Joker” Terhadap Agresivitas Penonton Remaja di DKI Jakarta). *Scriptura*, 10(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.77-84>

Pramesthi, H. K., & Prasetyo, B. D. (2023). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.16>

Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (A. Prabawati, Ed.; 1st Edition). Andi Offset. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/98921/spss-22-pengolah-data-terpraktis.html>

Purwaningwulan, M. M. (2016). Public Relations dan Manajemen Krisis. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 11(2), 166–175. <https://repository.unikom.ac.id/30386/>

Putri Syam, A., & Kurnia. (2024). Pengaruh Permohonan Maaf Sebagai Bentuk Komunikasi Krisis Terhadap Reputasi Perusahaan. *JURIHUM : Jurnal Inovasi Dan Humaniora*, 1(5), 742–753. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/Jurihum/article/view/841>

- Raharjo, S. (2017). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. SPSS Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>
- Rahmanda, F., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Imagedan Customer Experience Terhadap Repurchase Intentiondengan Brand Trust Sebagai Variabelintervening Pada J.Co Donuts & Coffee Paragon Mall Dan Java Supermall Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 866–878. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29862>
- Rendi, D., Pujanarko, M., & Permatasari, M. A. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia X BTS Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FIKOM Universitas Jayabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Citra*, 8(2), 29–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.31479/jcn.v8i2.85>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <http://e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/18>
- Saleh Gunawan, & Pitriani Ribka. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke-19). Alfabeta. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=
- Tryani, N. (2022, November 8). *Dikecam Penggemar, Whitelab Minta Maaf Atas Kegaduhan Fans Meeting Oh Sehun*. Era.Id. <https://era.id/lifestyle/108943/dikecam-penggemar-whitelab-minta-maaf-atas-kegaduhan-fans-meeting-oh-sehun>
- Tusan, A. R., Hadi, I. P., & Budiana, D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi “Kata Ustadz Solmed” Di SCTV. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/9692>
- Wibawa, N. I., Basuni, A., & Nur’aeni. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Video #Racunshopee Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v4i1.6700>
- Yanuar, D. (2017). Kekuatan Integrated Communication untuk Membangun Reputasi Dalam Menghadapi Krisis. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1). <https://jurnal.usk.ac.id/JKG/article/view/9179>
- Zukarnain. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Media Massa Tentang Kasus Sambo Terhadap Citra Polri di Mata Mahasiswa. *E-Jurnal*, 12(2). <http://ejournal.jagakarsa.ac.id/e-jurnal-169-pengaruh-terpaan-berita-media-massa-tentang-kasus-sambo-terhadap-citra-polri-di-mata-mahasiswa-ilmu-komunikasi-Zukarnain.html>