

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Pustaka Setia.
- Alifahmi, Hifni. (2008). Marketing Communication Orchestra. Bandung: Examedia Publiching.
- Alsajjan, Bander A. (2009). The Relatives Importance of Trust Intentions and Trust Beliefs in Internet Banking Adoption. *Journal of Institute of Public Administration Riyadh, Saudi Arabia*, 1-14. Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org>
- Anestia, Cori. (2018, Oktober 31). Tiga Strategi Kehumasan yang Bisa Dicontoh Saat Meluncurkan Startup. *Daily Social Online*. Diakses dari <https://dailysocial.id/>
- Anom, Erman. (2004). Public Relations dalam Kegiatan Marketing. *Jurnal Komunikologi*, 01(1), 1-5. Diakses dari <http://garuda.ristekdikti.go.id/journal/view/4568?page=2>
- Ardianto, Elvinaro. (2013). Handbook of Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2019). Peraturan Bappebti tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto (*Crypto Asset*) di Bursa Berjangka (Peraturan Bapepebti No. 5 Tahun 2019). Jakarta, DKI: Penulis. Diakses dari http://bappebti.go.id/pbk/sk_kep_kepala_bappebti/detail/5205
- Chandra, Tony. (2018, Juli 24). Strategi Digital Marketing: Push Marketing Vs Pull Marketing. *Rekan Digital Online*. Diakses dari <https://rekandigital.com/>
- CIPR. (2010, Oktober 11). Social Media Guidelines. Diakses dari <http://www.cipr.co.uk/>
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. dan Broom.Glen. M. (2009). Effective Public Relations, 9th Edition. Jakarta: Kencana.
- Dabu, Petrus dan Wahyu Rahmawati. (2018, Juni 3). Bappeti Resmi Tetapkan Uang Kripto sebagai Subjek Perdagangan Berjangka. *Kontan Online*. Diakses dari <https://investasi.kontan.co.id/>

- Daymon, Christine dan Immy Holloway. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. USA & Canada: Routledge. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- De Lozier, M.W. (2011). *The Marketing Communication Process*. New York: McGraw Hill. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- Devi, Zeilla Muti. (2015, Desember 2). Pentingnya Public Relations Bagi Startup. *Marketeers*. Diakses dari <http://marketeers.com/peran-penting-pr-dalam-marketing/>
- Dung Trinh, Viet. dan Hoang Mai Nguyen. (2017). Effectiveness of Marketing Public Relation: Evidence From Vietnam. *NIDA International Business Conference*. Diakses dari <http://mba.nida.ac.th/conference/2017/>
- Du Plessis, Charmaine, George Angelopulo, dan Danie du Plessis. (2006). a Conceptual Framework of Corporate Online Communication: a Marketing Public Relations (MPR) Perspective. *Communicatio*, 32(2), 241-263. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/02500160608537972>
- Embu, Wilfridu Setu. (2017, Desember 13). Bos Bitcoin Indonesia Pastikan Miliki Kelengkapan Data 700.000 Pengguna di Tanah Air. *Merdeka Online*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/>
- Frantz, Chris. (2018, Juni 14). The Role Of Public Relations In Marketing. *Forbes*. Diakses dari <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/06/14/the-role-of-public-relations-in-marketing/#6e1d062a40b6>
- Gani, Prita Kemal. (2015, September 10). Peran PR dalam Marketing. *Marketeers*. Diakses dari <https://marketeers.com/peran-penting-pr-dalam-marketing/>
- Giannini, G. T. (2010). *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media*. Upper Saddle River, NJ: Pearson. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- Harris, Thomas L. dan Patricia T. Whalen. (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century*. USA: Thomson.
- Hidayah, Riski Taufik. (2017). Pengaruh E-Trust dan Marketing Public Relations terhadap E-Loyalty Konsumen Situs Jual Beli Lazada. *Jurnal Ilmu ekonomi Terapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga*, 02(2), 1-17. Doi: <http://dx.doi.org/10.20473/jiet.v2i2.5932>

- Tim Indodax.com. (2018). Blog Indodax.com. Diakses 20 Mei 2018, dari <https://indodax.com>
- Jamaludin, Fauzan. (2018, April 16). Pakar Bitcoin Bakal Berkumpul di Jakarta Mei Mendatang. *Merdeka Online*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/>
- Kabar Gembira Regulasi Kripto di Indonesia dan Dunia. (2019, Februari 2). *Dunia Fintech Online*. Diakses dari <https://www.duniafintech.com/>
- Kementerian Perdagangan. (2018). Peraturan Menteri Perdagangan tentang Kebijakan Umum Penyelenggaraan Perdagangan Berjangka Aset Kripto (Permendag No. 99 Tahun 2018). Diakses dari <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/bn/2018/bn1395-2018.pdf>
- Kitchen, P. J. (2010). A Marketing Communication Scenario for 2010. *Research Paper for CIPR. London, UK: Chartered Institute of Public Relations*. Diakses dari <https://www.tandfonline.com/>
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Canada: Wiley. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition. Pearson Education Inc. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- Mandagi, Preissy E. (2017). Public Relations dalam Kegiatan Pemasaran. Diakses dari Universitas Bina Nusantara, Situs Web <https://binus.ac.id/malang/2017/10/public-relation-dalam-kegiatan-pemasaran/>
- Maulana. (2018, Maret 15). Ini Alasan Bitcoin.co.id Ubah Nama Jadi Indodax. *Id Techinasia Online*. Diakses dari <https://id.techinasia.com/>
- McCabe, Scott. (2011). Marketing Communication For Tourims & Hospitality. Oxford: Elsevier.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research* 334-359. Doi: 10.1287/isre.13.3.334.81.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell & William Wells. (2012). Advertising & IMC: Principles & Practice 9 th Ed. USA: Pearson Prentice Hall. Diakses dari <http://libgen.rs/>
- Nik. (2018, Maret 2). Pendekatan Pemasaran 4.0. *Palembang Pos Online*. Diakses dari <http://palembang-pos.com/>

- Pambayun, Elly Lestari. (2013). *One Stop: Qualitative Research Methodology in Communication. Konsep, Panduan, dan Aplikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Papasolomou, Ioanna dan Yioula Melanthiou. (2012). Social Media: Marketing Public Relations' New Best Friend. *Journal of Promotion Management*, 18(3), 319-328. Doi: 10.1080/10496491.2014.696458.
- Pasar Bitcoin Indonesia Meningkat – Laporan dari Pengguna Bitcoin. (2017, Januari 7). *Dunia Fintech Online*. Diakses dari <https://www.duniafintech.com/>
- Perkembangan *Startup* Indonesia di Tahun 2018. (2017, Desember 7). *Berinovasi Online*. Diakses <http://berinovasi.com/>
- Pratiwi, Lusya Widhi. (2017, Desember 2). Tips Laris: Ingin Sukses? Pancing Konsumen dengan Push and Pull Marketing. *Okezone Online*. Diakses dari <https://okezone.com/>
- Ramadhan, Bagus. (2018, Januari 2). Prediksi Perkembangan *Startup* di Indonesia Tahun 2018. *GNFI Online*. Diakses dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/>
- Renata, Rio. (2017, September 29). Sejarah Bitcoin Indonesia. *Seputar Forex Online*. Diakses dari <https://www.seputarforex.com/>
- Revita, Anindea. (2016). E – Satisfaction dan E – Trust Mempengaruhi E – Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media. *Jurnal Performa, Jurnal Manajemen dan Start – Up Bisnis*, 01(4), 505-513. Diakses dari <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/228>
- Rheinm. (2019, September 8). Block Community Surabaya: Blockchain Sebagai Solusi Masa Depan. Tulisan pada <https://digitalis.id/blog/>
- Roikan. (2016). Forum Internet Sebagai *Cyber Public Space*: Analisa Komparasi Kaskus, Adsense-Id, dan Semprot.com. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 03(1), 69-77. Doi: <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23527>
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusmawan, Uus. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Produk Digital Secara *Online*. <https://media.neliti.com/media/publications/234353-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-d93f4635.pdf>

- Schauweker, Ed. (2015). Why Public Relations is The Most Effective at Delivering Awareness, Credibility, and Trust for Small Bussiness. Diakses 2 Januari 2019, dari <https://www.business2community.com/public-relations/>
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro. (2010). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 4 Strategi Marketing untuk Perusahaan Startup. (2017, Desember 30). *CRM Indonesia Online*. Diakses dari <http://crm-indonesia.com/>
- Suhandang, Kustadi. (2014). Public Relations Perusahaan. Bandung: Nuansa.
- Thertina, Martha Ruth. (2017, Oktober 29). Sebagian Transaksi Bitcoin di Indonesia untuk Spekulasi. *Katadata Online*. Diakses dari <https://katadata.co.id/>
- Tantranesia, Ary. (2018). Blockbali 2018: Titik Terang Regulasi Blockchain dan Aset Kripto di Indonesia. Diakses 31 Desember 2018, dari <https://coinvestasi.com/featured/>
- Todds, Alex. (2007). Trust Measures and Indicators for Customers and Investors. *Paper for a Roundtable Discussion at The Conference of Canada, 01, 1-44*. Diakses dari <http://trustenabement.com/index.htm>
- Ukaj, Fatos. (2016). Public Relations as Part of Intergrated Communication of an Enterprise-consumer Oriented On. *Journal of Marketing Management*, 04(1), 67-72. Doi: <https://doi.org/10.15640/jmm.v4n1a7>
- Wardani, Agustin Setyo. (2016, September 2). Tak Disangka Pengguna Bitcoin di Indonesia Capai 200 Ribu. *Liputan6 Online*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/>
- Wulandari, Dwi. (2015, Februari 20). Inilah Perangkat Marketing Paling Efektif untuk Pebisnis Startup. *Marketing Mix Online*. Diakses dari <https://mix.co.id/>
- Yoeti, Oka A. (2009). Hotel Marketing. Jakarta: Perca.
- Yousafzai Shumaila Y., John G. Pallister, dan Gordon R. Foxall. (2003). A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking. *Jurnal of Technovation, Elsevier*, 23, 847-860. Doi: 10.1016/S0166-4972(03)00130-5.
- Yin, Robert K. (2011). Studi Kasus: Desain dan Metode. Jakarta: Rajagrafindo Persada.