



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, George E dan Michael A Belch. 2009. Advertising And Promotion , Integrated Marketing Perspective. United States: The MCGraw-Hill Companies
- Belch, George E dan Michael A Belch. 2015. Advertising And Promotion , Integrated Marketing Perspective. United States: The MCGraw-Hill Companies
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Clow, Kenneth E dan Donald Baack. 2016. Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications. (Fourth Edition). Singapore: Pearson.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Denzin and Lincoln. 2009. Handbook of qualitative research. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Duncan, Tom. 2000. *Principles of Advertising and IMC*. New York: Barrons Business Library.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffiths, Andrew. 2006. *101 Ways to Advertise your Business*. Australia: Allen&Unwin.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis, Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.

- Hermawan, Asep. 2006. *Penelitian Bisnis, Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Jakarta Dalam Angka 2016, Editors dan Printers. 2016. Jakarta: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management, Second Edition*, Prentice Hall
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management*, Prentice Hall.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management*, Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (edisi ke-12). Indonesia : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran..* Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran..* Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran..* Jakarta: Prenada Media Grup.
- Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research : an applied orientation*, pearson education, inc., fifth edition. New Jearsey : USA
- Moriarty, S., Mitchell, N. dan Wells, W. 2012. *Advertising and IMC: Principles and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Neuman, W. Lawrence. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.

- Ruben, Brent D. & Stewart, Lea P. 2006. *Communication and Human Behaviour, Fifth Edition*. USA: Pearson.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2010. *Introduction Communication Theory, Analysis Application, Fourth Edition*. New York: McGraw – Hill Companies.
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2014. *Introduction Communication Theory, Analysis Application*. New York: McGraw – Hill Companies.

Jurnal

- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 3, No. 3, November 2011.
- Yocco, Victor. 2014. *Persuasion: Applying the Elaboration Likelihood Model to Design*. Diakses pada 12 Januari 2018. <https://alistapart.com/article/persuasion-applying-the-elaboration-likelihood-model-to-design>.
- Adesanya, Damilola S. 2015. *Elaboration Likelihood Theory*. Diakses dan diunduh pada 27 Desember 2017. academia.edu.
- Johar, Diah Syafira, Srikandi Kumadji, & M. Kholid Mawardi. (2015). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). Universitas Brawijaya.
- Queensland Government. 2017. “*Types of Advertising*”. Diakses 19 Februari 2018. <https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/advertising/types>

Media Massa

- Alaydrus. 2016. "Ojek Online Berkontribusi Turunkan Pengangguran". 2016. Industri Bisnis Indonesia. 09 November. Diakses 9 Januari 2018. <http://industri.bisnis.com/read/20161109/98/600733/ojek-online-berkontribusi-turunkan-pengangguran>.
- Azzahra, Maria Hudaibyah. 2016. "Indonesia Pasar Dinamis Untuk Startup Teknologi". swa.co.id. 8 Oktober. Diakses 18 Oktober 2016. <http://swa.co.id/swa/trends/indonesia-pasar-dinamis-untuk-startup-teknologi>.
- Fajrina, Nur. 2016a. "Transportasi Daring Indonesia Diprediksi Terbesar di ASEAN". CNNIndonesia.com. 25 Agustus. Diakses 4 November 2016. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160825191508-185-153877/transportasi-daring-indonesia-diprediksi-terbesar-di-asean/>.
- _____. 2016b. "Nadiem: Transportasi Online Bisnis Paling Cepat Diadopsi". CNNIndonesia.com. 26 Agustus. Diakses 4 November 2016. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160825204043-185-153897/nadiem-transportasi-online-bisnis-paling-cepat-diadopsi/>
- Pratomo, Aditya Gema. 2017. "Ini Kunci Agar Ojek Online Tetap Bertahan". Okezone.com. Diakses 10 Januari 2018. <https://techno.okezone.com/read/2017/03/22/207/1649135/ini-kunci-agar-ojek-online-tetap-bertahan>
- "Kemacetan Jakarta Terburuk di Dunia, Ini Kata Ahok". 2015. Jpnn.com. 5 Februari. Diakses 5 Desember 2016. <http://www.jpnn.com/read/2015/02/05/285725/Kemacetan-Jakarta-Terburuk-di-Dunia,-Ini-Kata-Ahok>.
- "Mengorek Sejarah Ojek". 2014. Diakses 10 Januari 2018. <http://historia.id/kota/mengorek-sejarah-ojek>.
- "Ojek Online Berkontribusi Turunkan Pengangguran". 2016. Industri Bisnis Indonesia. 09 November. Diakses 9 Januari 2018. <http://industri.bisnis.com/read/20161109/98/600733/ojek-online-berkontribusi-turunkan-pengangguran>.

“Orang Indonesia Pengguna Ponsel Nomor 1 di Dunia”. 2014. BBC Indonesia. 5 Juni. Diakses 19 September 2016. http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/06/140605_majalah_ponsel_indonesia.

“Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia”. 2014. Kompas.com. 24 November. Diakses 20 September 2016. <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>.

Vito & Perotta, Louis. 2006. “*Attention in Advertising*”. Diakses pada 11 Januari 2018. <https://www1.icsi.berkeley.edu/~stellayu/artvis/project/ad/index.html>

Skripsi

Hanum, Dila Fadillah. 2014. *Pengaruh Iklan Online Naratif Tokobagus versi “Cara Tepat Jual Cepat” di situs YouTube Terhadap Brand Awareness Pengguna Internet di Jakarta*. Jakarta: Universitas Telkom.

Azhary, Muhammad. 2015. *Pengaruh Iklan Televisi Tokopedia: Lebih Lengkap, Lebih Murah, Lebih Aman terhadap Brand Image PT Tokopedia*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

Website

<https://www.go-jek.com/>

<https://www.uber.com/en-ID/>

<https://www.grab.com/id/>

<https://forlap.ristekdikti.go.id/>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A