

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Reketama Media.
- Basuki, Sulistyono. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Blakeman, Robyn. 2018. *Intergrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation 2nd Edition*. Amerika Serikat: Rowman & Littlefield.
- Duncan, Tom. 2008. *Principles of Advertising and IMC Second Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management (14th Edittion)*. New Jersey: Patience Hall, In.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Malhotra., et al. 2017. *Marketing Research: An applied Approach*. Edunburgh: McGraw Hill.
- Rusman, Tedi. 2013. *Modul Aplikasi Statistik Penelitian dengan SPSS*. Bandar Lampung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL

- Febriyantoro, Mohamad Trio., dan Debby Arisandi. 2018. *Pemanfaatan Digital Makerting Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Batam: Universitas Universal
- Hartanto, Hendry., dan Engelbertha Silalahi. 2013. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, dan*

Hedonic Brand Image dari Produk-Produk Samsung Galaxy. Jakarta: Universitas Atma Jaya. Vol. 10, No.2.

Innova, Eureka Intan. 2016. *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. Vol.4, No.1.

Mahkin, Ahmad. 2016. *Pengaruh Akun Instagram JAVAFOODIE Terhadap Minat Beli Konsumen (Analisis Regresi Sederhana pada Pengunjung Stuido Kopi di Yongyakarta)*. Yongyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yongyakarta.

Nurhaqsani, Mukhamad Iqbal. 2018. *Pengaruh Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. WBRN Glibal Indonesia*. Bandung: Universitas Pasundan.

Syifa, Hana. 2017. *Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi pada Akun Instagram Haevenly Blush)*. Jakarta: Universitas Bakrie.

Wahyuni, Sri., Finnah Fourqoniah dan Annisa Wahyuni Arsyad. 2019. *Pengaruh Konten Instagram @SMRFOODIES Terhadap Minat Beli Followers*. Samarinda: Universitas Mulawarman. Vol.7, No.1.

Zulfadi, Muhammad., Susi Evanita, dan Whyosi Septrizola. 2019. *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang*. Padang: Universitas Negeri Padang. Vol.1, No.1.

ARTIKEL

Arso. “*Spire Research and Consulting Umumkan Riset Persaingan Grab dan Gojek*”.

Diakses pada, 2 Oktober 2020.

<https://kanalindonesia.com/58641/2019/01/31/spire-research-and-consulting-umumkan-riset-persaingan-grab-dan-gojek/>

Astutik, Yuni. 2020. “*21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online*”. Diakses 12 Januari 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>