

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Bigham, T.C. and M.J. Roberts. 1952. *Transportation: Principles and Problems*. New York: Mc Graw Hill Book Company Inc.
- Creswell, John W, 2003. *Qualitative, Quantitative, and Mix Methods Approaches Second Edition*. London: Sage Publications.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*. Jakarta: Professional Books.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lowe, Brett William, 2002. *Seni Menggunakan dan Meningkatkan Periklanan Yang Efektif*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, B. Matthew dan Huberman A.M. 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

- Moleong, Lexy J. 1991. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M. 2010. *Periklanan*. Jakarta: Kencana.
- Morrisan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Patton, Michael Quinn. 1978. *Qualitative Research and Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. United States: Sage Publications Inc.
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat (Edisi I)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rakhmat, Jalaudidin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: LKis.
- Sumadiria, A.S. Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shimp, Terrence A. 2000. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 2*. Alih bahasa: Revyani Sharial. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu jilid I. 5*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence A, 2010. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion 18th Edition*. Boston: Cengage.

SKRIPSI

- Agung, Kusuma Reza Dani. 2013. *Persepsi Mahasiswa Tentang Iklan Yang Menggunakan Endorser Komedian (Studi Mahasiswa Yang Diterpa Iklan Produk As Versi Sule)*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Aji, Jaya. 2015. *Analisis Penggunaan Broadcast Message Sebagai Medium Pengiriman Informasi Bagi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Blackberry Messenger di Universitas Lampung)*. Universitas Lampung, Lampung.
- Arfiyanto, Wahyu. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Damayanti, Astri. 2018. *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial)*. Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo.
- Dastiana, Cynthia. 2015. *Analisis Perbedaan Respon Sikap Audience Atas Strategi Promosi Product Placement Dalam Film Habibie & Ainun*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fajrin, Novitatsani. 2015. *Persepsi Style Kerudung Model Iklan Dalam Iklan Televisi (Studi Deskriptif Pada Santriwati Customer Produk Wardah Cosmetics di Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Gisti, Abil Suhada. 2014. *Analisis Iklan Kosmetik Wardah Dan*

Wafer Gery Chocolatos (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Iklan Kosmetik Wardah dan Wafer Gery Chocolatos Yang Ada Dalam Film Habibie & Ainun). Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.

Hidayah, Nurul. 2018. *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Ivani, Niza Nur. 2018. *Analisis Isi Kualitatif Daya Tarik Pesan Humor Dalam Iklan Toyotadi Youtube*. Universitas Telkom, Bandung.

Puspitasari, Ninda. 2012. *Efektivitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan “Maicih” Pada Konsumen Follower Twitter Di Kota Yogyakarta)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Rahmadani, Bayu. 2017. *Strategi Pesan Efektif Dalam Iklan Media Sosial (Studi Deskriptif Instagram @Steakaddict Dalam Menarik Konsumen)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

JURNAL

Adetunji, R. Raji. 2014. *The Effectiveness of Integrated Advertisement Message Strategy in Developing Audience-Based Brand Equity*. Universitas Teknologi Petromas, Malaysia.

Aiwan, Yosephine Tania. 2013. *Efektivitas Pesan Iklan Televisi*

Tresemme

*Menggunakan Customer Response Index (CRI) Pada Perempuan
Di Surabaya. Jurnal E-Komunikasi Universitas Petra Surabaya.*

Ali, Fithrah Salmiyah Dini. 2017. *Clean & Clear Marketing*

*Communication Strategy Using Campaign “Bangga Dengan
Warna Kulitmu” On Media Youtube. Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Telkom, Bandung.*

Bastonus, Imani Azalia. 2017. *Hubungan Antara Terpaan Iklan*

*Rokok Dan Persepsi Maskulinitas Pada Perokok Dengan
Perilaku Merokok Remaja Laki – Laki. Universitas Diponegoro,
Semarang.*

Chan, Kara. 2013. *Impact of celebrity endorsement in*

*advertising on brand image among Chinese
adolescents. Hong Kong Baptist University, Hong
Kong.*

Chrismardani, Yustina. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu:*

Implementasi Untuk UMKM. Jurnal Neo-Bis Universitas Trunojoyo, Madura.

Damayanti, Septi Anjani Slaudiya. 2017. *Transportasi Berbasis Aplikasi Online:*

*Gojek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya. Jurnal
Universitas Airlangga, Surabaya.*

David, Ruthellia Eribka,. Sondakh, Mariam,. Harilama, Stefi,. 2017.

*Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan
Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Politik Universitas Sam Ratulangi. E-Journal Acta Diurna Volume
6.*

- Desvianto, Sofyan. 2013. *Studi Fenomenologi: Proses Pembentukan Persepsi Mantan Pasien Depresi Di Rumah Pemulihan Soteria*. Jurnal Universitas Petra, Surabaya.
- Fajriani, Hani. 2018. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional Dan Daya Tarik Iklan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim Yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Farela, Devi., Darma, Sri Gede. 2014. *Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness Dan Brand Attitude*. Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Pendidikan Nasional Bali.
- Hamzah, Erland Radja. 2018. *Web Series Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka*. Jurnal Pustaka Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta.
- Hastuti, Tri. 2013. *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau.
- Hermawan Djuwando Nielsen. 2014. *Efektivitas Iklan Televisi Tokobagus.com Versi "Mau Jual Mobil?" Pada Masyarakat Surabaya*. Jurnal E-Komunikasi Universitas Petra Surabaya.
- Hidayat, Rahmat. 2018. *The Effect Of Video Advertisement By Beauty Vlogger On Buying Intention*. Universitas Telkom, Bandung.
- Iriandari, Gladista Galuh. 2015. *The Influence Of Advertising And Service Quality Of The Brand Equity Midnight Sun In Jakarta*. Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Jatvika, Peggy. 2017. *Analisis Efektivitas Iklan Layad Rawat Kota*

- Bandung Berdasarkan Model AIDA (Studi Pada Pengunjung Event BandungAirShow 9-12 November 2017).* Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, Bandung.
- Kartika, Satya Ayu, Kusuma, Artha Agung A.A., 2016. *Peran Efektivitas Iklan Dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Pada Iklan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Aqua) Di Kota Denpasar.* E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Bali.
- Nugroho, Wisnu Andromedha. 2011. *Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha di Semarang.* Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Rachmanta, Dwi Rezza. 2016. *Teknik Persuasi pada Periklanan Digital sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia).* Universitas Telkom, Bandung.
- Rahmadawita, Tuti. 2013. *Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Iklan dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Brand Attitude Pada Produk BlackBerry Z10 di Kota Pekanbaru.* Universitas Riau, Riau.
- Setiani, Baiq. 2015. *Prinsip - Prinsip Pokok Pengelolaan Jasa Transportasi Udara.* Universitas Suryadarma, Jakarta.
- Stephanie, Elizabeth. 2013. *Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening.* Jurnal Manajemen Pemasaran. Universitas Petra, Surabaya.

- Sufa, Faela. 2012. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Triyono, Agus. 2011. *Persepsi Masyarakat Tentang Tayangan Iklan Shampoo Clear Di Televisi (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Boyolali, Jawa Tengah)*. Universitas Pandaran, Yogyakarta.
- Utami. Arlita Dwi. *Proses Penentuan Pesan Dan Strategi Kreatif Iklan Dengan Endorser Berjilbab Pada Pengiklan Dan Perusahaan Iklan*. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Usman, Muhammad. 2013. *Creation of Effective Advertising in the Persuasion of Target Audience*. Iqra University, Pakistan.
- Wijaya, Sukma Bambang. 2011. *Model Komunikasi Berasa Dalam Komunikasi Pemasaran Studi Mengenai Iklan Ambient Media Dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen*. Universitas Bakrie, Jakarta.

<http://abstrak.ta.uns.ac.id>

<http://digilib.unila.ac.id>

<http://etheses.uin-malang.ac.id>

<http://repository.maranatha.edu>

<http://repository.unpas.ac.id>

<http://repository.widyatama.ac.id>

WEBSITE

<https://apjii.or.id/>

[www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/22/ini-dia-angkutan-online-paling-populer-di-indonesia.](http://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/22/ini-dia-angkutan-online-paling-populer-di-indonesia)

<https://go-jek.com>

<http://google.co.id/>

www.thejakartapost.com/life/2018/02/20/indonesia-most-popular-ride-hailing-app-survey.html

<https://setara.net/>

<https://tekno.tempo.co/read/878873/survei-media-sosial-di-inggris-youtube-berdampak-paling-positif/full&view=ok>

<https://viva.co.id/digital/startup/1114393-viral-video-kocak-jo-dan-jek-bikinan-gojek>

<https://youtube.com>