

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anshori, M. & Iswati, S. (2012). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Effendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur : CV. Penerbit Qiara Media.
- Morissan, M.A. (2012). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods for Bussiness*. Jakarta : Salemba Empat.

Jurnal Online :

- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektifitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23, 75 – 82.
- Arsi, A. (2021). Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Statistika*, 1-8.
- Ariawan, R. & Nufus, H. (2017). Hubungan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Dengan Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa. *Jurnal THEOREMS*. 1 (2), 82-91.
- Astuti, C, C. (2017). Analisis Korelasi untuk Mengetahui Keeratan Hubungan antara Keaktifan Mahasiswa dengan Hasil Belajar Akhir. *Journal of Information and Computer Technology Education*. 1 (1), 1-7. <https://doi.org/10.21070/jicte.v1i1.1185>
- Bulan, S., I., S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. In *Jurnal Sosial Politik*. 5 (2), 322-332.

Hafiz Muhammad Rizky, 2022

Pengaruh Kak Seto Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Grab Indonesia (Survei Pada Followers Media Sosial Instagram@Grabid)

77

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Chairy, P. (2018). The Use Of Brand Image Celebrity Endorser Of Luwak White Coffee To Increase The Profit (Case Study On Visitor Of Waroeng Kopi Aceh Medan 2018). In *Print) Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal: Vol. 1 (Issue 2)*. Online. www.birci-journal.com
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk UMKM. In *Jurnal NeO-Bis* (Vol. 8, Issue 2), 176 – 188.
- Untari, D. & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Ejournal BSI*. 2 (2), 271- 278.
- Eliza & Sukendro, G., G. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Deddy Corbuzier Terhadap Brand Image J&T Express. *Jurnal Prologia*, 4(2), 347 – 353.
- Fernaldo & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan *E-Commerce* Terhadap *Brand Trust* Konsumen (Survei Terhadap Penonton Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu di youtube). *Jurnal Prologia*. 4(2), 316 – 323.
- Fajriana, M., & Rusdi, F. (2020). The Influence of Use Rock and Metal Theme as Brand Image to Consumer Buying Interest Lawless Burgerbar Kemang. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 478, 1042-1045.
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh *Advertising* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*. 4 (2), 53 – 70.
- Koshy, L., & Manohar, S. J. (2017). Influence of Celebrity Endorsement on Brand Image of Grooming Products. *SSRN Electronic Journal*. 1, 1-12. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2969781>
- Keke, Y. (2015). Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap *Brand Awareness*. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*. 2(1). 172 – 184.
- Larasati, S. & Gilang, A. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 5 (3). 201-213.

Hafiz Muhammad Rizky, 2022

Pengaruh Kak Seto Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Grab Indonesia (Survei Pada Followers Media Sosial Instagram@Grabid)

78

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Mutmainah, S. (2011). Manajemen Impresi Perusahaan Rokok: Kajian Atas Pelaporan Sampoerna Pada Website Dengan Model SMCR Berlo. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. 2 (2). 239 – 257.
- Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Rebranding Dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Gojek. *Jurnal Prologia*. 4 (2), 221-228.
- Nuraini, A. & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*. 4(2), 171 – 179.
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Jurnal Raudhah*. 5 (2), 1-9.
- Pramuaji, K., & Loekmono, A. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.23887/XXXXXX-XX-0000-00>
- Razak, F. (2017). Hubungan Kemampuan Awal Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Matematika Pada Siswa Kelas VII SMP Pesantren Immim Putri Minasatene. *Jurnal Mosharafa*. 6 (1), 117-128.
- Riyanto, M. (2008). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek Studi Kasus Pada Iklan Ponds di Kota Semarang. *Tesis Universitas Diponegoro Semarang, 2008*. 15. Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id//18089/>
- Sasetyo, S. A., Nawawi, H., Rondonuwu, R. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent. *In Mahasiswa Universitas Padjajaran 1*, 1, 1 – 19. <http://journals.unpad.ac.id>
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 (8), 4214–4239.
- Suharyono, N. C., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *In Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.36 (1), 170-177.

Hafiz Muhammad Rizky, 2022

Pengaruh Kak Seto Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Grab Indonesia (Survei Pada Followers Media Sosial Instagram@Grabid)

79

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Triasmoko, D., Mukzam, M. D., & Nurtjahjono, G. E. (2014). *Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Penelitian pada Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Kediri)*, 12, 5.
- Untari, D. & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2 (2) 271-278.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Yudha, R., Putro, A., Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 10 (2) 178-185. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/smo>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 7 (1), 17-23.
- Zahra, R., R. & Rian, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*. 6(1), 43-57.

WEB :

- Beritasatu.Com. (2020). *Generasi Z Dominasi Pengguna Internet Selama Pandemi Covid-19*. Diakses pada 10 November 2021, <https://www.beritasatu.com/digital/654827/generasi-z-dominasi-pengguna-internet-selama-pandemi-covid19>
- Cnbindonesia.Com. (2020). *21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online*. Diakses pada 20 November 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>
- Dataindustri.Com. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Dari Tahun ke Tahun*. Diakses pada 27 November 2021, https://www.dataindustri.com/?attachment_id=3548

Hafiz Muhammad Rizky, 2022

Pengaruh Kak Seto Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Grab Indonesia (Survei Pada Followers Media Sosial Instagram@Grabid)

80

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Databooks. (2020). *Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Paling Populer di Masyarakat*. Databoks. Diakses pada 1 November 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat>
- Grab.Id. (2019). *Grab – Aplikasi untuk semua. Grab ID*. Diakses pada 10 November 2021, <https://www.grab.com/id/brand-story/>
- Merdeka.com. (2020). *Profil - Seto Mulyadi - merdeka.com*. Diakses pada 10 November 2021, <https://www.merdeka.com/seto-mulyadi/profil/>
- Republika.Com. (2021). *Kominfo : Pengguna Internet Indonesia Terbesar Ke-4 di Dunia*. *Republika Online*. Diakses pada 15 November 2021, <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia>