

Daftar Pustaka

- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran* (Vol. 1). Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Bayu, D.J. (2022). *databooks*. Retrieved from
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/Grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-populer-di-masyarakat>.
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Press
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 1*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P.,& Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran.Jilid 2(edisi 12)*.(Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P,& Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Bahasa Indonesia*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.,& Keller, K.L.(2012). *Marketing Management. Edisi ke-14. Global Edition*.New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, Gary. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Vol. Jilid 1 Vol 12).Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, Gary. (2011). *Marketing an Introduction*. Jakarta: Perason.
- Kotler, P.,&Armstrong Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 (edisi 13)*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, KL. (2016). *Marketing Management* (Vol. 15th). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Marketing Communication - Taktik dan Strategi*. (2006). Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Dari Invidu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *MediaSosial:Prosedur,Tren,danEtika*. Bandung: SimbiosisRekatamaMedia.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Vito Rakha Adi Kusumo, 2023

PENGARUH IKLAN YOUTUBE “MODAL #PERCAYA ASLI TJAP INDONESIA” PADA CHANNEL YOUTUBE GRAB INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB.

UPN Veteran Jakarta, Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.idwww.repository.upnvj.ac.id]

- Sadiman, A. (2002). *Media Pembelajaran dan Proses Belajar Mengajar*,. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan *YouTube* di kalangan mahasiswa. *Jurnal IlmuKomunikasiFLOW*. Retrieved from <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/9930/4418>, 1-10.
- Sonja, G. K., & Ewald, A. K. (n.d.). *Empirical Research in Online Trust. A Review and Critical Assesment*.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Siregar, I.S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Sujianto, A.E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka.
- WeAreSocial. (2022). Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>.
- YouTube*. (2022). Retrieved from https://www.YouTube.com/results?search_query=modal+percaya+tjap+indonesia