

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied, 2016. *Pengantar Ilmu Komunikašin (Edisi Kedua)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- De Vito, J. A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Durianto, Darmadi, 2008. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana, 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
-, 2009. *Human Relation & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Handayani, Desy dkk, 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*, Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Hikmat, Mahi M, 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Irianto, H. Agus, 2008 . *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Enterprise, Jubilee, 2010. *Membuat Sendiri Video di Youtube.com*. Jakarta: PT Grafindo.
- Kasali, Rhenald, 2008. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmad. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Releations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kertajaya, Hermawan, 2010. *Konsep Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama, 2015. *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT Raka Grafindo Persada.
- Kotler, Philips and Keller, Kevin Lane, 2012. *Marketing Management 14 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto, Budi . 2016 . *Analisis Regresi* . Jakarta: Kencana
- Lee, Monle dan Carla Johnson, 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana Preneda Media Grup.

- Martono, Nanang, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- McQuail, Dennis, 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Buku 1 Edisi 6, Jakarta: Salemba Humanika.
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori Dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan, M, A, 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nasrullah, Rulli, 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Susrini, N, 2010. *Beken Dengan Youtube*, Jakarta: PT Grasindo.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy, 2008. *The Power Of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2012. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami)*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suprpto, Tommy, 2011, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Jakarta: Buku Seru.
- Zarella, Dann, 2010. *The Social Media Marketing Book*, USA: Oreilly Media.

Jurnal

- David R. E, Sondakh David & Harilama S. 2017, *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*: Vol. 6, No. 1.
- Wicaksono A. P. M, Seminari K. N. 2016, *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*: Vol.5, No. 6, hh. 5098 – 5127.
- Rahmawati N. 2013. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda*: Vol, 1. No. 1.
- Nugrogho A. S. 2013, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan Celebrity*

Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang): Vol. 2. No. 1, hh. 1.

Sintani L. 2016. *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan “Isyana Vs Gangster” Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya*: Vol. 4, No.1.

Skripsi

Hemashinta K. L. 2012, *Pengaruh Stimulus Iklan Televisi Pocari Sweat Versi “Youth Sweat Beautiful” Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Kalimantan*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

Website (situs)

<http://aliciaos.blogspot.com/2017/10/traveloka.html> (diakses pada 24 Maret 2018)

<https://blog.traveloka.com/> (diakses pada 24 April 2018)

<https://mizawidhy.wordpress.com/2017/02/26/analisis-model-bisnis-traveloka/> (diakses pada 14 Juni 2018)

<http://www.univpancasila.ac.id/index.php/2013-01-05-07-03-7/visi-misi> (diakses pada 18 Juni 2018)

<https://www.anakkost.tv/profil-dan-biodata-lengkap-arief-muhammad-youtuber-indonesia/> (diakses pada 18 Juli 2018)