

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Baskoro, A.P. (2008). *Analisis Hubungan Terpaan Iklan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sri Yuniarti, Vinna. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- M.A, Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.
- Supriadi, Yadi. (2013). *Periklanan Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Moriarty, Sandra. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### JURNAL DAN TESIS

- Ahmanara, Deska. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Pop Up di Aplikasi Spotify Non Premium terhadap Brand Awareness (Survei Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Di Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia)*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
- Rani Wijayanti, Luh. (2014). *Pengaruh Terpaan Iklan, Publisitas, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia*. Jurusan Ilmu Komunikasi.

Shabastian, Mariza dan Samuel, Hatane. (2013). *Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square*. Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.

Tiara Tanca, Jhenika dan Budi Lestari, Sri. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Interaksi Reference Group terhadap Minat Bertransaksi Secara Online*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Fadilla Noor, Mitha. (2014). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung*, Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Pascasarjana, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

## WEBSITE

<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<http://www.siswamaster.com/2016/05/pengertian-iklan-syarat-ciri-jenis-jenis-dan-manfaatnya.html> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<http://www.mikirbae.com/2018/03/jenis-jenis-iklan-media-elektronik.html> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1021319-gojek-dan-grab-bakal-jadi-perusahaan-jasa-transportasi> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<https://id.techinasia.com/grabtaxi-berubah-menjadi-grab> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<https://www.ovo.id/about> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<http://www.haloindonesia.co.id/inspiration/9273/manjakan-masyarakat-aplikasi-ovo-permudah-transaksi.html> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<http://id.beritasatu.com/home/grab-ubah-grabpay-jadi-ovo-cash/176491> diakses pada tanggal 7 Oktober 2018

<https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar/full> diakses pada tanggal 9 November 2018

<https://katadata.co.id/berita/2017/02/02/jumlah-pengguna-Grab-melonjak-600-persen-pada-2016> diakses pada tanggal 9 November 2018

<https://inet.detik.com/business/d-3936983/kenapa-uber-menyerah-lawan-grab-dan-go-jek> diakses pada tanggal 9 November 2018

<https://www.go-jek.com/blog/promo-go-pay/> diakses pada tanggal 9 November 2018

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-uses-and-gratification-dalam-ilmu-komunikasi/4364/2> diakses pada tanggal 9 November 2018

<https://kinibisa.com/universitas/detail/universitas-swasta/london-school-of-public-relations-lspr> diakses pada tanggal 2 Januari 2019

