

Daftar Pustaka

- Anderson, L.W. Karthworthl, D.R. (2010). *Kerangka Landasan Untuk Pembelajaran, dan Asesmen: Revisi Taksonomi Pendidikan Bloom*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Ardianto, E. (2014). *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Badan Pusat Statistik Tangerang Selatan. (2017) *Kecamatan Pamulang dalam Angka*. Banten. Pemerintah Tangerang Selatan.
- Datta, P.R.et.al. (2005). *Viral Marketing: New Form of Word-of-Mouth through Internet*. The Business Review Volume 3, No. 2. Inggris. Cambridge.
- DeVito,J.A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta. Kuliah Dasar Profesional Books.
- Djatnika, T. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York. Oxford University Press.
- Hawkins, Del I. & Mothersbaugh, David L. (2010). *Customer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston. McGraw Hill-Irwin.
- Kaplan, A.M. Haenlein, M. (2011). *Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance*. Perancis. ESCP Europe.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Indeks.
- Kotler, P. & Keller, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Nawari. (2002). *Analisis Regresi*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Notoatmodjo,S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta. Rineka Cipta
- Paul, P.J & Olson, J.C. (2000). *Consumer Behaviour: Perilaku. Konsumen dan Strategi Pemasaran, jilid 1 dan jilid 2*. Jakarta. Erlangga.
- Pemerintah Indonesia. (2009). *UU No.22 Tahun 2009 Pasal 57 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Jakarta. Sekretariat Negara.
- Priyono, Onny S. (1996). *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta. CSIS.

- Purba, Amir, et.al. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan. Pustaka Bangsa Press.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sernovitz, Andy. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*. Amerika. Kaplan,inc.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. Gramedia.
- Soekanto, S. (2006) *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta. Raja Grapindo Persada.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sujianto, A.E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta. Prestasi Pustaka.
- Sukmadinata, N.S. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Rosdakarya.
- Swashta, B. & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.. Liberty.
- Widyatama, R. (2009). *Buku Pengantar Periklanan*. Yogyakarta. Pustaka Book Publisher.
- Effendy, O.U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Jurnal**
- Abdolvand, M.A . Farzin. M. Merikhnejad ASL, A. Sadeghian, M. (2016). *The Effect of Consumer Awareness on Consumer Ethnocentrism and Loyalty Regards to The Functions of International Brands*. Iran, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University.
- Iman K, D. Arifin, Z. Mawardi, M. Kholid. (2015). *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional*. Malang. Universitas Brawijaya.
- Muslim, E. Indriani, D.R. (2014). *Analisis Pengaruh Eco-Label terhadap Kesadaran Konsumen untuk Membeli Green Product*. Depok. Universitas Indonesia.
- Nurlaela, T.S. (2013). *Efektifitas Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. ABC*. Bandung.

- Nurchayani, Lestari, P. (2016). *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang*. Palembang. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Paramita Nyoman, D. Kerta Yasa, N,N. (2015). *Sikap Dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan Dengan Niat Beli Produk Kosmetik Ramah Lingkungan*. Bali. Universitas Udayana.
- Porter, M. (2011). *WOM Or eWOM, Is There A Difference?: An Extension of the Social Communication Theory to Consumer Purchase Related Attitudes*. Lousiana. Lousiana State University.
- Romadon, Y. Kumadji, S. Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian*. Malang. Universitas Brawijaya.
- Salamah, U. (2015). *Komunikasi Pemasaran*. Batam. Universitas Batam.
- Sari Putri, L. (2014). *Pengaruh Terpaan Media Televisi Dalam Pembentukan Citra Kepolisian*. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Skrob, J.R. (2005). *Open Source and Viral Marketing (The viral marketing concept as a model for open source software to reach the critical mass for global brand awareness based on the example of TYPO3)*. Austria. University of Applied Science Kufstein.
- Sulistyo, P.B, Sudaryanto, Subagio, A. (2015). *Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Twitter @Jemberbanget)*. Jember. Universitas Jember (UNEJ).
- Yudhiartika, D. Haryanto, O.J. (2012). *Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli pada Produk Kecantikan Pond's*. Salatiga . Universitas Kristen Satya Wacana.
- Zeman, A. (2001). *Consciousness*. Inggris. Departement of Clinical Neurosciences, Western General Hospital.

Sumber Lainnya

CNN, *Remaja Kerap Pakai Internet untuk Hiburan dan Media Sosial*, Diakses pada 24 Mei 2019 pukul 14.00 WIB dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190401154314-185-382628/remaja-kerap-pakai-internet-untuk-hiburan-dan-media-sosial>

Go-Jek, *Tiga Pilar Pelanggaran Go-Jek*. Diakses pada tanggal 22 April 2019 pukul 12.00 WIB dari <https://driver.go-jek.com/s/article/Tiga-Pilar-Pelanggaran-GO-JEK-1536838787849>

Go-Jek, *Trik Ngetrip Bareng Jo dan Jek Menggunakan GOJEK Supaya Perjalanan Semakin Nyaman*. Diakses pada tanggal 1 Mei 2019 pukul 19.00 WIB dari <https://www.go-jek.com/blog/trik-ngetrip-gojek/>

Ngazis. A.N. Viral, *Video Kocak 'Jo dan Jek' Bikin Gojek*. Diakses pada 11 Maret 2019 pukul 19.00 WIB dari <https://www.viva.co.id/digital/startup/1114393-viral-video-kocak-jo-dan-jek-bikinan-gojek>

Prasetyo, W, Hidayati, N. *Ojek Online Ditilang karena Penumpang Tak Mau Pakai Helm*. Diakses pada 2 Mei 2019 pukul 19.00 WIB dari <https://kumparan.com/@kumparannews/ojek-online-ditilang-karena-penumpang-tak-mau-pakai-helm>

Rayport, J. *The Viral of Marketing*. Diakses pada 14 Mei 2019 pukul 18.00 WIB dari <https://www.fastcompany.com/27701/virus-marketing>