

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Clow, E. K., & Baack, D. (2010). *Intergrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Djiwandono, P. I. (2015). *Meneliti Itu Tidak Sulit : Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Bahasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Endraswara, S. (2006). *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan : Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurfebrianing, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pamungkas, I. (2016). *IMCOLOGY*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Gava

Media.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rossiter, J., & Percy, L. (1997). *Advertising Communication & Promotion Management*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. University of South Carolina: Erlangga.
- Sidiq, R. (2019). *Teknik Berjualan dengan Digital Marketing*. Tangerang: Udacoding (Al Qolam).
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Susanto, A. ., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan Publika.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.

### **Jurnal**

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322–332.
- Jamil, A., & Tafifah, R. (2019). *Advertisement and Spirit of Nationality*. 6959(67). <https://doi.org/10.29032/ijhsss.v5.i2.2019.67-83>
- Sasetyo. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent. *Students E-Journal*, 1(1), 24. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1527>
- Satyadewi, A. J., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2017). Pemilihan Akun Media Sosial INSTAGRAM oleh HOLIDAY INN Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.459>

### **Skripsi**

- Budhipradipta, C. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Pond's Men Pollution Out terhadap Citra Merek Pond's Men (Studi Eksplanatif pada Mahasiswa Pria Universitas Kawasan Bandung Utara)*. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Hairani, N. (2016). *Pengaruh Iklan Terhadap Brand Image di Media Sosial Instagram Grab Indonesia*. Universitas Airlangga, Surabaya.

Pramanda, A. K. (2017). *Pengaruh Iklan Webseries “Sore : Istri dari Masa Depan” terhadap Brand Image Tropicana Slim*. Telkom University, Bandung.

### **Internet**

Franedy, Rey. (2019, April 04). *Perjalanan Gojek ‘Karya Anak Bangsa’ Sabet Gelar Decacorn*. Cnbcindonesia.com. [Online], Tersedia : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190404151911-37-64657/perjalanan-gojek-karya-anak-bangsa-sabet-gelar-decacorn> (Diakses pada 28 Desember 2019).

Gojek Indonesia. (2019). *Semangat Baru Gojek Indonesia*. [Online], Tersedia : <https://www.gojek.com/about/> (Diakses pada 25 September 2019).

Hastuti, Rahajeng Kusumo. (2019, Juli 22). *Makna di Balik Logo Baru Gojek dan Kenapa Harus Rebranding*. Cnbcindonesia.com. [Online], Tersedia : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190722143846-37-86650/makna-di-balik-logo-baru-gojek-dan-kenapa-harus-rebranding> (Diakses pada 2 Oktober 2019).

Jayani, Dwi Hadya. (2019, Juli 09). *Survei Alvara : Gojek Jadi Ojek Online Favorit Millenial*. Databoks.katadata.co.id. [Online], Tersedia : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/11/survei-alvara-gojek-jadi-ojek-online-favorit-milenial> (Diakses pada 25 September 2019).

Kemp, Simon. (2019, Januari 31). *Digital 2019 : Indonesia*. Datareportal.com. [Online], Tersedia : <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> (Diakses pada 25 September 2019).

NapoleonCat. (2019, November). *Instagram Users in Indonesia November 2019*. Napoleoncat.com. [Online], Tersedia : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2019/11> (Diakses pada 21 Januari 2020).

Peni, Caroline. (2019, Agustus 22). *Kapan Saatnya Rebranding?*. Swa.co.id. [Online], Tersedia : <https://swa.co.id/swa/my-article/kapan-saatnya-rebranding> (Diakses pada 11 April 2020).

PT. Gojek Indonesia. (2019, Juli 22). *Logo Baru Gojek, Simbol Evolusi Jadi Platform Teknologi On-Demand Terdepan di Asia Tenggara*. Pressrelease.kontan.co.id. [Online], Tersedia : <https://pressrelease.kontan.co.id/release/logo-baru-gojek-simbol-evolusi-jadi-platform-teknologi-on-demand-terdepan-di-asia-tenggara> (Diakses pada 18 September 2019).