

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelolah Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2003). *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Hall, C. & Gardner Lindzey. (1993). *Teori-teori Sifat dan Behavioristik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto. M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber-(Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Faiza, A. & Sabila J Firda. (2018). *Arus Metamorfosa Milenial*. Kendal: Ernest
- Purnama, W. Sari & Lydia Irena. (2019). *Komunikasi Kontemporer Dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Faiza, A. & Sabila J. Firda. (2018). *Arus Metamorfosa Milenial*. Kendal: Ernest.
- Anang, M. Firmansyah. (2018). *PRILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nurdin, I. & Hartati Sri. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
- Anshori, M. & Sri Iswati. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press
- Endra, F. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Taman Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Anshori, M. & Sri Iwati. (2009). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Unair (AUP).
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif*

- Dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Ariswanti, D. Triningtyas. (2017). *Survey Permasalahan Bimbingan Dan Konseling*. Jawa Timur: CV. AE Media Grafika.
- Fakhry, F. Zamzam. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rachmat, K. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Riyanto, S. & Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama. (analisis data)
- Priyatno, D. (2009). *Belajar Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Morissan. (2007). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Lestari Dea. (2018). Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam Dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah.
- Kurniawan Dani. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. 2(1).
- Marhaeni Dian K. (2016). *Representasi Anak-Anak Dala Tayangan Iklan Komersial Di Media*. 1(1).
- Faiqah Fatty. Muh. Nadjib dan Andi Subhan Amir. (2016). *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makasarvidgram*. 5(2).
- Wibisono Gunawan. (2017). *Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda : Pengaruh Penggunaan Media Sosial 'Good News From Indonesia' Terhadap Prilaku Nasionalisme*.
- Arisandi Debby. (2017). *Pengaruh Humor Appeals Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Televisi*. 18(1).
- Kurnia Novi. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru:*

Implikasi terhadap Teori Komunikasi.

- Setiadi Ahmad. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.*
- Puspita Yesi. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay.*
- Usman Rachmadi. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran.* 32(1).
- Ninda Nastiti Lintang Sari. Nisaulfathona Hidayanti. Yeni Purnamasari. (2016). *Analisis Pengaruh Instrumen Pembyaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia.*
- Raharjo Wasito Jati. (2015). *Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia.* 14(2).
- Subianto Totok. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Maryoso Slamet. (2019). *Pengaruh Iklan Humor Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Axis Versi Kembali.* 3(1).
- Prasetya Ericho Adi. Nurhaidi M.M. (2016). *Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua "Versi Ada Aqua".*
- Maqdisa Alisa. Ratnasyvie Biaraning. (2018). *Pengaruh Efektivitas Iklan Dengan Daya Tarik Humor Terhadap Citra Merek (Studi Pada iklan Ramayana versi #KerenLahirBatih Menyambut Lebaran pada Youtube).* 2(1).
- Yuni Ira Mirandha. Adi Bayu Mahadian. (2017). *Perbandingan Persepsi Khalayak Antara Iklan Yang mengandung Humor Dan Tidak Mengandung Humor.* 1(2).
- Kumar Sashi Kovindasamy. (2017). *Study Of Humour Advertisement And Its Influence On Consumer Purchasing Decision : Evidence From Malaysia.*
- Sambara Kordiana. (2019). *Quality Of Service And Customer Satisfacation In Grab Transportation Service Business.* 21(1).
- Junaidi. (2010). *Titik Presentase Distribusi T.*

Artikel Internet

Youtube. “Walau bayar chas, #OVOMatis dapet hematnya OVO”, ≤ <https://www.youtube.com/watch?v=5epLOKL3mMs&t=2s> /> [Diakses pada 18 November 2019].

Grab, “Brand Story”, Sejarah Grab, <<https://www.grab.com/id/brand-story/>> [Diakses pada 20 November 2019].

Cnbcindonesia, “Grab Akan Tumbuh 4 kali Lebih Besar dari Kompetitor”. Tentang Pertumbuhan Grab, 22 April 2019, <<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190422135445-37-67992/grab-akan-tumbuh-4-kali-lebih-besar-dari-kompetitor>> [Diakses pada 20 November 2019]

Katadata, “Pangsa Pasar Grab dan Gojek di Indonesia dan Vietnam 2019”, <<https://katadata.co.id/berita/2019/09/18/riset-grab-pimpin-pasar-transportasi-online-di-indonesia-dan-vietnam>> [Diakses pada 09 Maret 2020]

KBBI, “Definisi Konten”, < <https://kbbi.web.id/konten> > [Diakses pada 06 Agustus 2020]

OVO, “Syarat dan Ketentuan”, ≤ <https://www.ovo.id/syarat-ketentuan> > [Diakses pada 8 Juni 2020]

UNJ, “Sejarah Unj”, <<http://www.unj.ac.id/sejarah-unj/>> [Diakses pada 2 Juni 2020]