

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (1997). Dimensions of brand Personality. *Journal of Marketing Research Vol.34*, 347-357.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. (Jurnal) *Agora Vol. 5 No : 3*, hal 3.
- Akbar, & Usman. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bayunitri, B. I., & Putri, S. (2016). The Effectiveness of Visualiation the Logo towards BrandAwereeness (Customer Surveys on product “ Peter Says Denim”). *Procedia – Social and Behavioral Sciences 219*, 134 - 139.
- Brexendorf, T. & KernStock. (2007). Corporate Behaviour vs Brand Behaviour : Towards An Integrated View ? *JOurnal of Brand Management, vol 15 (1)*, 32-40.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Carter, D. (1985). *Designing Corporate Identity Program For Small Corporation*. New York: Art Direction Book Company.
- Creswell, J. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches : fourth edition*. Sage publication inc.
- Deviana, I. M., Rombe, E., & Mubaraq, R. (2018). Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol.4, No.1*, Hal 47.
- de Mooij, M. K. (2009). *Global Marketing and Advertising "Understanding Cultural Paradoxes"*. California: SAGE Publications, Inc.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Perilaku)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Consumer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing Marketing*, vol 57, 1-22.
- Keller, Kevin. Lane. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity 4th edition*. England: Pearson Education, inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing. 13th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. England: Pearson Education.
- Kretch, D., & Crutchfield, R. (1977). *Perceiving The World : The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2012). *Teori Komunikasi Theories of Human Communications*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2010). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Rakhmat, J. (2011). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Samovar, L., & Porter, R. (1991 [2004]). *Communication Between Cultures*. Belmont, California: Wadsworth.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2006). *Consumer Behaviour. 7th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

- Setiadi, Nugroho. J. (2010). *Perilaku Konsumen (edisi revisi) Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan. Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Solomon, M. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having, Being (11th Edition)*. Pearson Publisher.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra K.N, G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 3 No. 1*, Hal 3.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2012). *Qualitative Research Method : Theory and Practice*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image : A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management Vol 5, No.31*, 62-63.
- Wisnblit, J., Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour. 10th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Website

Beritasatu.

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/345297/luncurkan-logo-baru-grab-ingin-beri-kenyamanan-baru-untuk-pelanggan>. Dikutip pada 16 Januari 2020. Mengutip arti logo Grab.

Bisnis.tempo.

<https://bisnis.tempo.co/read/1073905/intip-peta-kekuatan-armada-go-jek-versus-grab> . Dikutip pada 29 Juni 2019. Mengutip data jumlah armada Grab.

Data.jakarta.

<http://data.jakarta.go.id/dataset/data-taksi-reguler-dan-taksi-eksekutif-dki-jakarta> . Dikutip pada 29 Juni 2019. Mengutip data taksi reguler dan eksekutif di DKI Jakarta

GrabIDFacebookPage.

https://www.facebook.com/pg/GrabID/about/?ref=page_internal . Dikutip pada 16 Januari 2020. Mengutip informasi mengenai Grab.

GrabId.

<https://www.grab.com/id/> Dikutip pada 16 Januari 2020. Mengutip logo Grab.

Grabd.id

<https://www.grab.com/id/blog/promo-grab-decacorn/> Dikutip pada 16 Januari 2020

Grab.id

<https://www.grab.com/id/rewards/> Dikutip pada 17 Januari 2020. Mengutip informasi mengenai rewards Grab.

Grab

<https://www.grabinaja.com/cara-dapatkan-point-grabrewards/> Dikutip pada 25 Februari 2020. Mengutip point untuk membership

Help.grab.id

<https://help.grab.com/passenger/id-id/360038149892-Perubahan-kebijakan-GrabRewards-tahun-2020> Dikutip pada 17 Januari 2020. Mengutip perubahan kebijakan Membership Grab.

YLKI.

www.ylki.or.id . Dikutip pada 28 Juni 2019. Hasil Survey YLKI mengenai Taxi Online

Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=W9DiIRRUEgM> . Dikutip pada 16 Januari 2020. Untuk mengambil screenshot iklan GrabCar