

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, Fianto, Yosep (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Vol.4, No.1, 2015, Diakses dari: <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/768/0>
- Amira, Nabila dan Nurhayati, Iis Kurnia (2019). Efektivitas Fitur *Instagram Sponsored* sebagai Media Iklan/Promosi (Studi pada Iklan *Tiket.com* dengan Metode EPIC Model). *Journal of Media and Communication Science*, Vol. 2, No.2, 2019. Diakses dari : <http://www.jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/download/53/30>
- Handika, Made Resta dan Darma, Gede Sri (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan *Influencer* Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 15, No. 2, April 2018. Diakses dari: [http://scholar.google.co.id/scholar\\_url?url=http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magistermanajemen/article/view/601/370&hl=en&sa=X&ei=2k3LXXGo7gygS59oeICg&scisig=AAGBfm0mx\\_r4e81ddYxie5QLwtjlmnJYg&nossl=1&oi=scholar](http://scholar.google.co.id/scholar_url?url=http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magistermanajemen/article/view/601/370&hl=en&sa=X&ei=2k3LXXGo7gygS59oeICg&scisig=AAGBfm0mx_r4e81ddYxie5QLwtjlmnJYg&nossl=1&oi=scholar)
- Kotler, P. and Keller, K. (2012). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> Edition. Upper Saddle River : Prentice Hall, Inc.
- Mahameruaji, J.N. dkk (2018). *Bisnis Vlogging* dalam Industri Media Digital di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, Vol. 15, No. 1, Juni 2018. Diakses

dari: <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/viewFile/1007/1153>

Mulyadi (2002). Akuntansi Biaya Edisi 5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-Dag/Per/3/2006  
Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran  
Usaha Waralaba

Sanjaya, R dan Tarigan, J. (2009). Creative Digital Marketing : Teknologi  
Berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang. Jakarta : Elex Media  
Komputindo.

Sugiyono (2017). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.. Bandung :  
Alfabeta.

Tazkiyyaturrohmah, Rifqy (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat  
Transaksi Keuangan Modern. Muslim Heritage, Vol. 3, No. 1, Mei 2018.  
Diakses dari:  
[http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/download/  
1240/878](http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/download/1240/878)

Wibowo, Nadya Egileona. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap  
Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda  
Bandung. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol.3, No.2, Agustus 2017.  
Diakses dari:  
[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/135786/pengaruh-brand-  
awraeness-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-yellow-truck-cabang-](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/135786/pengaruh-brand-awraeness-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-yellow-truck-cabang-)

sunda-bandung-.html

Yaumi, M dan Damopolii, M (2014). Action Research : Teori, Model, dan Aplikasi. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana [online]. Diakses dari: [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=X-IuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+penelitian+action+research&ots=wV2qeyNPIi&sig=GU\\_7aUq7unLMPEw-lZqmF9nfpMw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=teori%20penelitian%20action%20research&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=X-IuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+penelitian+action+research&ots=wV2qeyNPIi&sig=GU_7aUq7unLMPEw-lZqmF9nfpMw&redir_esc=y#v=onepage&q=teori%20penelitian%20action%20research&f=false)

