

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Komputer, W. (2011). *Mengolah Data Statistik Penelitian dengan SPSS*. Medan: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (buku). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lawrence, N. W. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan kualitatif dan Kauntitatif. Edisi 7. Penerjemah: Edina T. SOfia*. Jakarta: PT.Indeks.
- Littlejhon, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Manuarang, R. N., & Mawardi, K. M. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 55 No. 3* , 41-47.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Jakarta: Prenadamedia Group.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Peter, J. P., & Oslon , C. J. (2014). *Perilaku konsumen & Strategi Pemasaran, Buku 2, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3S.
- Sugiyono. (2010). *Belajar Analisis Data Sampel* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cetakan ke 17*. Bandung: ALfabeta.
- Sutanto, R. R. (2013). *Manajemen Dan Pengembangan Pemasaran Pada Usaha PT.Indokharisma Agung Sentosa Vol.1 No.3. Agora*.

Jurnal

Manuarang, R. N., & Mawardi, K. M. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 55 No. 3* , 41-47.

Sutanto, R. R. (2013). Manajemen Dan Pengembangan Pemasaran Pada Usaha PT.Indokharisma Agung Sentosa Vol.1 No.3. *Agora*.

Skripsi

Jati Winarko, D. M. (2018). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Cahyati. D. H. (2017). Pengaruh Product Knowledge Dan Presepsi Terhadap Referensi Menabung Di Bank Syariah Dengan Disposable Income Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

Nugroho, Bayu. (2018). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Image Dan Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Go-Ride Dalam Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi: Unissula

Website

https://www.researchgate.net/publication/325124971_Pengaruh_Product_Knowledge_dan_Brand_Association_Terhadap_Purchase_Intention_Kawasan_Kampung_Kreatif_Dago_Pojok

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/jasa-transportasi-online-fase-2-2019/>

<https://www.google.com/url?q=https://www.liputan6.com/tekno/read/3909969/diunduh-125-juta-kali-ini-data-data-mencengangkan-soal-gojek>

<https://www.gojek.com/about/>

https://www.researchgate.net/publication/325124971_Pengaruh_Product_Knowledge_dan_Brand_Association_Terhadap_Purchase_Intention_Kawasan_Kampung_Kreatif_Dago_Pojok