

## Daftar Pustaka

### Dari Buku

- Budayatna, (2012), *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta:  
PT. Gelora Aksara Pratama
- Cangara, Hafied, (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja  
Grafindo Persada.
- Chaney, David , (2013). *Sebuah Pengantar Komperensif*. Yogyakarta:  
Penerbit Ombak
- Fajar, Marhaeni, (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.  
Yogyakarta : Jalasutra
- Faitihuddin. D & Anang. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi  
Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta.  
CV Budi Utama
- Limakrisna Nandan, (2012). *Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta  
: Mitra Wacana Media
- Moleong, J, Lexy, (2011), *Metodologi Penelitian Kualitatif*.  
Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan, (2014), *Teori Komunikasi "Individu Hingga Massa"*. Jakarta:  
Kencana
- M Nisrina, (2015), *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam  
Meraup Untung*, Yogyakarta : Kobis
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi,  
Budaya, dan Sositekhnologi*. Bandung: Simbiosis  
Rekamata Media
- Noerochmad, RM, Sigid, (2013), , Depok: Direktorat Pembinaan  
SMK
- Setia Suryani, Tatik, (2012), *Perilaku Konsumen: Implikasi  
pada Strategi Pemasarann*, Yogyakarta: Graha Ilmu

### Dari Web

Obendon. *Sejarah aplikasi (Gojek jasa angkutan cepat dan murah)* dalam <https://obendon.com/2015/03/12/gojek-Indonesia/>.diakses pada tanggal 9 april 2020.

### Dari Jurnal

Budastri, *Strategi Promosi Heidame Ramen dalam Menarik Minat Konsumen di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung*, Karya ilmiah 2013.

Eka Puspita. *Upaya Peningkatan Brand Awareness PT.Gojek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Publik Relation*. Jurnal Komunikasi, 2017, Vol.9,No.1

Eva Melita Fitria. *Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda*. Jurnal Komunikasi, Vol.3, No. 1

Fajar Fernando. *Pengaruh Kualitas Produk,Harga,Promosi, danDistribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toko di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, 2018, Vol 7, No.1

Nugroho, *Peran Promosi Dalam Meningkatkan Loylitas Konsumen Ojek Online*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 2018, Vol 4, No.3.