

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2010). *Pembangunan kawasan dan tata ruang*. Graha Ilmu.
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC ANALISIS PENERAPAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI TEPAT GUNA PADA BISNIS TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komuniasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi)*. 2, 712–729.
- Azizah, N. (2020). Strategi Pemasaran Iklan Go-Jek Versi Cendekiawan Untuk Meningkatkan Pengguna Aplikasi Gojek. *LONTAR Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 No.
- Dedy Djamaluddin Malik, Y. I. (1997). *Komunikasi persuasif*. Remaja Rosdakarya.
- DeVito, J. A. (2017). *The Interpersonal Communication Book*. College of the City University of New York.
- Hardaningtyas, R. T. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Grab) Di Malang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 42–58. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.60>
- Iftibar, R., & Lestraningsih, M. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Pada Mahasiswa Stitesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- J.S.Badudu, S. M. Z. (2016). *Kamus umum bahasa indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Jalaluddin Rakhmat, I. S. I. (2017). *Metode penelitian komunikasi : dilengkapi contoh analisis statistik dan penafsirannya*. Simbiosis Rekatama Media.
- Koentjaraningrat. (2000). *Kebudayaan, mentalitas dan pembangunan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyana, D. (2012). *Cultures and Communication*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, R. (2020). Analisis disruptive marketing pada perusahaan startup (PT. Gojek Indonesia). *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No.
- Nana Sudjana, I. (2001). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Sinar Baru Algensindo.
- Nasor, M. (2018). The Application of Unity-Oriented Persuasive Communication of Prophet Muhammad SAW in the Plural Society of Medina City. *Jurnal Ilmiah*

- Peuradeun*, 6(1), 51. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v6i1.193>
- Nasution, Z. (2015). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Universitas Terbuka.
- Nasution, Z. (2018). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Universitas Terbuka.
- Philip Kotler, Gary Amstrong. (2009). *Principles of MARKETING*. pearson.
- Pramayuda, A. (2018). *Strategi Komparatif Komunikasi Persuasif Antara Grab dan Gojek dalam Menarik Minat Penumpang*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Rizal, M. (2020). analisis strategi pemasaran Gojek Indonesia pasca keluarnya uber dari pasar transportasi daring Indonesia. *Jurnal Ekobis Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(2):91-10. doi:10.37932/j.e.v8i2.39
- Salim, P. (2016). *Kamus bahasa Indonesia kontemporer*. Modern English Press.
- Simangunsong, F. (2017). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. Penerbit Alfabeta.
- Soleh Soemirat, E. A. (2007). *Dasar-dasar public relations*. Remaja Rosdakarya.
- Soyomukti, N. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Syahputra, I. (2007). *Komunikasi Profetik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Werner J. Severin, James W. Tankard, J. (2008). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. University of Texas at Austin.
- Widjaya, A. W. (2002). *Ilmu komunikasi: pengantar studi*. Rineka Cipta.