

REFERENSI

- Aditya, S., & Rosyad, U. N. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kereta Api Indonesia (Persero). *Prosiding Manajemen Komunikasi, Volume 4*(No. 2). www.kereta-api.co.id.
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Andrian. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Aprileny, I., Saputri, S., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh MediaIklan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pengunjung Di Jencia Park Tambun Bekasi. In *JakPus 3 IKRAITH-EKONOMIKA* (Vol. 3, Issue 74).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing An Introduction*.
- Ayesha. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Get Press.
- Banjafnahor, A. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Gojek Dalam Sebuah Perjalanan (2022). Diambil dari <https://www.gojek.com/id-id/about/> Diakses: 2 Januari 2023.
- Hair, J. F., et al., (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Inc.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusumawardhani, Hidayati, A. N., & Taufiqurrahman. (2021). The Effect of Sales Promotion on Online Transportation Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Equity and Perceived Value. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(7). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no7.1677>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Lestari, N. T., & Sirine, H. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Gojek Indonesia Cabang Yogyakarta. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 1–8.
<https://doi.org/10.15408/ess.v9i1.5898>
- Michael Jibrael Rorong. (2016). *Peran Komunikasi:Teori,Teknologi,Informasi dan komunikasi,Komunikasi Bisnis*. Deepublish.
- Muhariani, W. (2021). Aktivitas Integrated Marketing Communication PT Blue Bird TBK Dalam Memperkenalkan Aplikasi My BLUEBIRD 5 Di Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 1, Issue 1). <http://massive.respati.ac.id>
- Musyaffi, Khairunnisa, & Respati. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (sem-PLS) menggunakan smartPLS*. Pascal Books.
- Ogden-Barnes, S., & Minahan, S. (2015). *Sales Promotion Decision Making : Concepts, Principles, and Practice* (First Edition). Business Expert Press.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 32 Tahun 2016 (2016). Diambil dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/103205/permenhub-no-32-tahun-2016>. Diakses: 2 Januari 2023
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV PUSTAKA SETIA.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish, CV. Budi Utama.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (Suryani & L. M. Ali (eds.); 1st ed.). PT. Bumi Aksara.
- Santoso. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, & Bougie. (2013). *Research Methods for Business : a Skill-Building Approach* (7th ed). John Wiley & Sons Ltd.
- Septiani, R. (n.d.). The Effect of E-Service Quality, Perceived Quality, Sales Promotion On Customer Loyalty Through Customer Sastisfaction (Study On Customer Of Online Transportation Service Provider-Gojek In Yogyakarta). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/jim.v17i2.34781>
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. . PT Alfabet.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. ANDI.
- Wicaksono, K. (2019). Faktor Kompensasi dan Strategi Gojek Dalam Meningkatkan Kepuasan Kerja Para Driver. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 6(3).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35794/jmbi.v6i3.27105>