

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2010. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Islami, Shofia Amaliani. 2014. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko Tas Henny Jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung)*. Universitas Islam Bandung, Bandung
- Kertajaya Hermawan dan Iwan Setiawan. 2014. *WOW Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. United State of America: Pearson.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan 3*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP
- Sutjipto, Paulian Djayanti. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINESHOP*.
- Pratiwi, Made Pradnya. 2015. *PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Bali
- Ashari, Rindy. 2011. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE DAN TINGKAT KEPUASAN MEMBELI*, Fisip USU
- Shimp, Terence A. 2003, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 5th edn, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiarti, Fita Febri. 2010. *PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOYOTA DI KOTA*

MALANG (Studi Pada Konsumen Dealer AUTO2000 Sutoyo). Universitas Brawijaya.Malang

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Bandung : ALFABET

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABET

Tjiptono, F. 2008, *Strategi Pemasaran*, 3th edn, Penerbit Andi, Jogjakarta.

https://id.wikipedia.org/wiki/Transportasi_umum

<https://id.wikipedia.org/wiki/Transportasi>

<https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia>

[google.com/go-jek](https://www.google.com/go-jek)

Majalah MIX hal 88 juni 2015