DAFTAR PUSTAKA

Alhasbi, F., Ali, S. M., & Humaedi, S. (2023). *Dasar-dasar Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Amiruddin, M. (2019). *Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Anwar, S. (2015). *Pengantar Ilmu Sosial: Perspektif dan Teori*. Jakarta: Rajawali Pers.

Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta

Barnlund, D. C. (1970). A transactional model of communication. In K. K. Sereno & C. D. Mortensen (Eds.), Foundations of communication theory (pp. 83–92). New York: Harper & Row.

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1992). Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods (2nd ed.). Boston: Allyn and Bacon

Bungin, B. (2007). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana

Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Terjemahan Achmad Fawaid). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fakhriyah, R. (2020). Perkembangan transportasi online di Indonesia. *Jurnal Transportasi Indonesia*, 8(2), 112–120.

Hadi, F. P. (2022). *Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Semarang* (Skripsi). Universitas Negeri Semarang.

Hadi, S. (2015). *Psikologi Sosial dalam Lalu Lintas*. Yogyakarta: Andi Offset.

Imam, S. C. (2024). *Model Komunikasi Driver Perusahaan Gojek dalam Membangun Kepercayaan Customer di Semarang* (Skripsi). Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

Iswandi, & Rorong, M. R. (2023). Pola komunikasi dalam pelayanan pelanggan. *Jurnal Komunikasi Interpersonal*, 11(1), 45–56.

Keller, K. L., & Aiken, D. (2006). Interactive marketing communications: Integrating and measuring touchpoints. Journal of Advertising Research, 46(4), 327–337.Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, B. (2018). *Transportasi Online: Inovasi dan Perkembangan Layanan Digital*. Jakarta: Media Komunika.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of Human Communication (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.). California: Sage Publications

Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nazir, M. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Normadaniyah, N., Yulianita, T., & Hidayat, D. (2019). Kebutuhan hubungan sosial melalui komunikasi. Jurnal Komunikasi Sosial, 7(2), 78–89.

Nugroho, R. (2003). Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Nurudin. (2011). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.

Oliver, R. L. (2007). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Patton, M. Q. (1999). Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis. Health Services Research, 34(5), 1189–1208.

Prafita, V. (2022). Dampak Ojek Online (PT Gojek Indonesia) di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Terhadap Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, hlm. 4.

Putra, R. A. (2020). Transportasi Online dan Dinamika Sosial Perkotaan. Surabaya: Pustaka Ilmu.

Putrana, M. A., Susanti, R., & Perdana, R. (2022). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada transportasi online. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 9(3), 151–163.

Putri, N. D. N. (2021). Analisa Kualitas Pelayanan Melalui Pola Komunikasi Pelaku Driver Go-Ride dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Sosial (Studi Kasus Ojek Online Go-Jek di Kabupaten Jember) (Skripsi). Universitas Jember.

Rahmawati, I., & Hidayat, R. (2021). Perilaku pengguna dalam layanan digital: Antara kemudahan dan ketergantungan. Jurnal Komunikasi Interaktif, 3(2), 101–115.

Rahmulyo, A. (2016). Manajemen Transportasi. Yogyakarta: Graha Ilmu. (Dikutip dari Yamit dalam Rahmulyo)

Salpitri, D., Marheni, & Putri, R. (2023). Strategi Maxim dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Jurnal Transportasi dan Logistik, 6(1), 55–67.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.

Sanjaya, W. (2008). Perencanaan dan desain sistem pembelajaran. Kencana.

Sari, M. (2019). Mobilitas Perkotaan dan Peran Ojek Online. Bandung: Literasi Nusantara.

Schramm, W. (1954). How communication works. In W. Schramm (Ed.), The process and effects of communication (pp. 3–26). Urbana: University of Illinois Press.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press.Spradley, J. P. (1980).

Participant Observation. New York: Holt, Rinehart and Winston

Subagyo. (2010). Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supranto, J. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudjana, N. (2005). Dasar-dasar proses belajar mengajar. Sinar Baru Algensindo.

Syaroh, M., & Lubis, I. (2020). Pentingnya komunikasi dalam kehidupan sosial. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 5(2), 88–97.

Tsalisa, F., Hasanah, U., & Prasetyo, D. (2022). Perkembangan Maxim di Indonesia. Jurnal Studi Transportasi, 10(1), 34–45.

Uno, H. B. (2009). Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara.

Wananda, R., Mahesa, D., & Hidayah, R. (2024). Persaingan layanan transportasi online di era digital. Jurnal Pemasaran Modern, 3(2), 90–101.

Widodo, A. (2020). Literasi digital masyarakat dalam penggunaan aplikasi transportasi daring. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 9(1), 55–66.Windahl, S., & McQuail, D. (1995). Model-Model Komunikasi Massa. Jakarta: Erlangga.

Wiryanto. (2005). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo.

Yusran, M. (2023). Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial di Era Teknologi. Makassar: Pustaka Mandiri.

Zuaedah, S., & Fahri, M. (2003). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.

Zulkarnain, T. (2022). Pola Komunikasi Driver Ojek Online dan Konsumen di Kota Parepare (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Parepar