

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Y. (2003). *101 Konsultasi praktis pemasaran 1* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Alexandri, Moch. B., & Novel, N. (2020). Pengelolaan Angkutan Kota Di Indonesia. *Responsive*, 2(3), 131. <https://doi.org/10.24198/responsive.v2i3.26122>
- Amien, S., Said, L. B., & Syarkawi, M. T. (2022). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna terhadap Kinerja Pelayanan Angkutan Teman Bus Koridor III Kampus II PNUP - Kampus II PIP di Kota Makassar*. 10.
- Andata, C. P., & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13.
- Anggapratama, R., Irnawati, D., Ivoka Junea, A., & Shalzabilla Meta Firanka, S. (2023). Keputusan Pembelian Pocari Sweat Isotonik Dipengaruhi Oleh Kesadaran Merek Serta Persepsi Kualitas. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 18(3), 775–788. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.4683>
- Ariffananda, N., & Wijaksono, D. S. (2023). Representasi Peran Ayah dalam Film Ngeri-Ngeri Sedap (Analisis Semiotika John Fiske). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(02), 223–243. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.7887>
- Astuti, N. W. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Taksi Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Ayuningrum, C. K., & Daulay, H. (2024). Konstruksi Kecantikan: Makna Cantik Oleh Mahasiswi Pengguna Skincare Korea: Konstruksi Kecantikan: Makna Cantik Oleh Mahasiswi Pengguna Skincare Korea. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 01–17. <https://doi.org/10.33369/jsn.10.1.01-17>
- Azwar, A. (2022). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme—Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5(2), 237–246. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4493>
- Banggoi, R., Yusniar Mendo, A., & L. Asi, L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemend dan Bisnis*, 6(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Bin Rohmad, M. H., & Suranto, S. (2024). Manajemen media sosial (studi kasus pada akun Instagram @kemendag). *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4). <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i4.20979>
- Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum* (Revisi). Rineka Cipta.
- Dinata, H., & Haryono, C. G. (2020). Membongkar Rekayasa Tekstual Dalam iklan Djarum 76 “Pengen Kurus” Melalui Analisis Dekonstruksi. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 31. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v14i1>
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta.
- Foucault, M. (2020). *Discourse and Power: An Introduction to Critical Discourse Analysis*. Rajawali Press.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill.

- Haryatmoko. (2017). *Critical discourse analysis: (Analisis wacana kritis), landasan teori, metodologi dan penerapan* (Cetakan 2). Rajawali Pers.
- Herdiansyah, D., Abdullah, A., & Fahrizal, M. (2018). Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(2), 142. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v6i2.859>
- İmre, Ş., & Çelebi, D. (2017). Measuring Comfort in Public Transport: A case study for İstanbul. *Transportation Research Procedia*, 25, 2441–2449. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.261>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kasali, R. (with Universitas Indonesia). (1992). *Manajemen periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia* (Cet. 1). Pustaka Utama Grafiti.
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024. We Are Social Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Litman, T. (2020). *Evaluating Public Transit Benefits and Costs*.
- Mantiri, H. J., & Makainas, I. (2011). Eksplorasi Terhadap Arsitektur Dekonstruksi. *MEDIA MATRASAIN*, 8(2). <https://doi.org/10.35792/matrasain.v8i2.327>
- Muryanto, D., & Bustamin, M. O. (2018). Kajian Korelasi Dimensi dan Standar Kenyamanan Bus Rapid Transit Trans Sidoarjo Terhadap Load Factor. *NAROTAMA JURNAL TEKNIK SIPIL*, 2(2), 44–50. <https://doi.org/10.31090/njts.v2i2.666>
- Norris, C. (2020). *Membongkar Teori Dekonstruksi Jacques Derrida*. Buku Bijak.
- Nugroho, R. A., Santoso, E. B., & Susetyo, C. (2020). Preferensi pemilihan moda transportasi oleh wisatawan domestik di Kota Surakarta. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 15(1), 109. <https://doi.org/10.20961/region.v15i1.24384>
- Prabowo, M. (2022). *Pengantar Sinematografi*. The Mahfud Ridwan Institute.
- Pramesti, D., Andini, N. L. P. J., Raharjo, D. A. K., & Dwipayana, A. D. (2024). Efektivitas Penggunaan Moda Transportasi Umum Dengan Kendaraan Pribadi. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(1), 6–16. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v2i1.246>
- Prima, G. R. (2023). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Transportasi Online (Studi Kasus: Pemilihan Ojek Online di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Teknik Sipil*, 18(1).
- Putra, O. S., Lukitaningsih, A., & Cahyani, P. D. (2022). Pengaruh tarif, keamanan dan kenyamanan terhadap loyalitas konsumen. *FORUM EKONOMI*, 24(1), 177–185. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10414>
- Putri, N. R., & Pandrianto, N. (2023). Pendobrakan Stereotip Perempuan di Iklan Nike dalam Perspektif Dekonstruksi Derrida. *Koneksi*, 7(1), 92–102. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21288>
- Putri, R. M. (2023). Dekonstruksi Dalam Cerpen Saksi Mata Karya Agus Noor. *Sintaks: Jurnal Bahasa & Sastra Indonesia*, 3(1), 47–51. <https://doi.org/10.57251/sin.v3i1.840>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow

- Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Safira, A., & Astuti, P. (2023). *Consumer Behavior as The Main Key in Online Purchase in A Growing Marketplace*. 2(4).
- Sanjaya, L. J. (2018). Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 6(4), 149–156. <https://doi.org/10.14710/empati.2017.20004>
- Sari, D. P., Pujotomo, D., Hartini, S., & Nugroho, F. A. (2015). ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KENYAMANAN BERKENDARA PADA PENUMPANG KERETA API TAWANG JAYA MENGGUNAKAN STRUCTURAL EQUATION MODELLING. *J@TI UNDIP: JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, 10(3), 133–140. <https://doi.org/10.12777/jati.10.3.133-140>
- Sarup, M. (2007). *Poststrukturalisme dan Postmodernisme: Sebuah Pengantar Kritis*. Jendela.
- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Erlangga.
- Sitinjak, T. A. (2022). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengguna untuk Mendukung Perbaikan Kebijakan Taksi Online*. 28(2).
- Sitorus, F. K., & Constantin, N. (2023). Dekonstruksi Makna dan Bahasa dalam Perspektif Jacques Derrida. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 795–801. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1315>
- Situmeang, I. V. O. (2016). *Modul Pengantar Periklanan*. <http://repository.upi-yai.ac.id/123/1/ModulPengantarPeriklanan.pdf>
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (5th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Suartina, I. W., & Oktarini, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Pada Pelanggan Go-Jek Di Denpasar Barat). *Jurnal Manajemen*, 1(4).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (13th ed.). Alfabeta.
- Suhendi, Y. (2014). *Mengenal 25 teori sastra* (1st ed.). Ombak.
- Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube “Yuka Kinoshita.” *e-Proceeding of Management*, 6, 1428.
- Susanto, D. (2012). *Pengantar Teori Sastra: Dasar-Dasar Memahami Fenomena Kesusastraan: Psikologi Sastra, Strukturalisme, Formalisme Rusia, Marxisme, Interpretasi dan Pembaca, dan Pascastrukturalisme* (7th ed.). CAPS (center of academic publishing service).
- Wahyuni, T. E. (2022). Analisis Wacana Kritis Iklan India Olay Total Effects dan Power Duo. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Missio*, 14(2), 136–149. <https://doi.org/10.36928/jpkm.v14i2.1126>
- Wibowo, Y., Aprinawati, A., & Indriaty, I. (2024). Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Transportasi Online Maxim-Bike: Analisis Faktor Harga dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Mahasiswa STIE Dharma Pekanbaru). *Niagawan*, 13(1), 55. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i1.56561>