

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.s
- Barringer, B., & Ireland R. D. (2019). *Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures*. Sixth ed. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th Edition*. New York: Pearson Education.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2009). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 13/e*. Pearson Education.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Riva'i, A. R. (2010). Membangun Kinerja Pemasaran Melalui Pencapaian Sinergitas Kerjasama Dan Keunggulan Posisional Bersaing Berlandaskan Relationship Marketing Outcomes. *Proceeding Fakultas Ekonomi*.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subagyo, A. (2018). *Kewirausahaan (untuk bisnis Start-up)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Promosi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Uzzaman, A. (2015). *Startup Pedia*. Jakarta: Benteng Pustaka.
- Varey, R. J. (2002). *Marketing Communication A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus : Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

### Jurnal & Tugas Akhir :

- Sani, F. T. (2019). *Komunikasi Pemasaran Jasa Taksi (Studi Kasus Praktik Komunikasi Pemasaranalec Perusahaan Konsorsium Taxi 373737 di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2015 – 2019)*. Skripsi Universitas Gadjah Mada.

- Saputra, A. (2015). *Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia*. Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, 4(1), pp 1-24.
- Sudiwijaya, E. (2019). *Pengelolaan Komunikasi Pemasaran Digital Kulina Setelah Rebranding pada September 2017-Januari 2018*. Skripsi Universitas Gadjah Mada.

**Referensi Internet/Website :**

- Jogja.tribunnews.com. (2020). *Ini dia Aplikasi Transaksi Digital Untuk UMKM DI Yogyakarta, Namanya Aplikasi Jogjakita*. Diakses 20 Oktober 2021. Diambil dari [jogja.tribunnews.com](https://jogja.tribunnews.com/2020/12/12/ini-dia-aplikasi-transaksi-digital-untuk-umkm-di-yogyakarta-namanya-aplikasi-jogjakita).  
<https://jogja.tribunnews.com/2020/12/12/ini-dia-aplikasi-transaksi-digital-untuk-umkm-di-yogyakarta-namanya-aplikasi-jogjakita>.
- Jogjakita.co.id. (2022). *Tentang Jogjakita*. Diakses 10 Januari 2022. Diambil dari [jogjakita.co.id](http://jogjakita.co.id).
- Liputan6.com. (2020). *Hore, Yogyakarta Punya Aplikasi Resmi untuk Pembayaran Non-Tunai*. Diakses 20 Oktober 2021. Diambil dari [liputan6.com](https://www.liputan6.com/regional/read/4176584/hore-yogyakarta-punya-aplikasi-resmi-untuk-pembayaran-non-tunai).  
<https://www.liputan6.com/regional/read/4176584/hore-yogyakarta-punya-aplikasi-resmi-untuk-pembayaran-non-tunai>.