

DAFTAR PUSTAKA

- Almquist, E., & Dorner, T. D. (2012). *Brand strategy that shifts demand: Less buzz, More Economic*. Amsterdam: Bain and Company.
- Akkas, O. A., & Arslan, S. (2013). "Quality of College Life (QCL) of Student in Turkey: Students Life Satisfaction and Identification". *Springer Science and Business Media Dordrecht 2013*, hal. 869–884.
- Anholt, S. (2010). *Places: Identity, Image, and Reputation*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Anshori. (2015, 22 Maret). 87,5% Ruang Publik Yogya dikuasai Iklan. Diakses tanggal 02 Januari 2017, dari <https://nasional.sindonews.com/topic/5763/yogya/882>.
- Baiquni, M. (2004). *Membangun Pusat - Pusat di Pinggiran Otonomi di Negara Kepulauan*. Yogyakarta: IdeAs dan PKPEK.
- Baiquni, M. (2007). *Strategi Penghidupan di Masa Krisis : Belajar dari Desa*. Yogyakarta: IdeAs.
- Baiquni, M. (2013). *Ecotourism Destinations in Archipelago Countries*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Baumann, R. (2009). "Sports Franchises, Events, and City Livability: An Examination of Spectator Sports and Crime Rates". *The Economic and Labour Relations Review*. 23: 2. hal. 83–98.
- Bifulco, F., Tregua, M., Amitrano, C.. (2016). "ICT and Sustainability in Smart Cities Management". *International Journal of Public Sector Management* Vol. 29, hal. 132 – 147.
- Badan Lingkungan Hidup DIY. (2013). *Laporan Status Lingkungan Hidup Daerah (SLHD) Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013*. Diakses tanggal 22 Desember 2016, dari <http://blh.jogjapro.go.id/po-content/uploads/Buku-I-ANALISIS-SLHD-DIY-2013.pdf>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2015). *Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka 2015*. Yogyakarta: BPS D.I. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2015). *Statistik Lingkungan Hidup D.I. Yogyakarta 2015*. Yogyakarta: BPS D.I. Yogyakarta.

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2016). *Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka 2016*. Yogyakarta: BPS D.I. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2016). *Statistik Daerah D.I. Yogyakarta 2016*. Yogyakarta: BPS D.I. Yogyakarta.
- CEO for Cities. (2006). *Branding Your Cities*. Ohio: Prophet.
- Cohent, B. (2012). *What Exactly Is A Smart City?*. Diakses tanggal 16 Mei 2016, dari <http://safecities2015.wbresearch.com/what-exactly-is-a-smart-city-mc>.
- Dew, J. (2009). Quality Issues in Higher Education. *The Journal for Quality and Participation* vol. 32, hal. 4–9.
- Direktori Perguruan Tinggi DIY. (2015). *Statistik Jumlah Perguruan Tinggi*. Diakses tanggal 05 Oktober 2015, dari <http://pendidikan-diy.go.id/dikti/Statistik-Perguruan-Tinggi-DIY.html>.
- Direktorat e-Government. (2015). *Pemeringkatan e-Government Indonesia (PeGI) Tingkat Provinsi Tahun 2015*. Diakses tanggal 22 Desember 2015, dari http://pegi.layanan.go.id/download/tabel_pegi_2015.PNG.
- Direktorat Statistik Politik dan Keamanan. (2015). *Statistik Kriminal 2015*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Djunaedi, A. Sudaryono., Suryanto. (2015). Aspek Budaya Dalam Keistimewaan Tata Ruang Kota Yogyakarta. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* vol. 26, hal. 230-252.
- Garger, J., & Jacques, P. H. (2008). A Level Approach to Student Perceptions of Leadership. *International Journal of Educational Management* vol. 22, hal. 251-258.
- Gebhardt, D. (2011). *Peer Review On Developing And Promoting Dublin As An International Student City*. Dublin: Eurocities.
- Giap, T. K., Aw, G., Thye, W. (2014). A New Approach to Measuring the Liveability of Cities: The Global Liveable Cities Index. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development* vol. 11, hal. 176–196.
- Irawan, W. (2014). Analisis Persepsi Stakeholder terhadap kinerja city branding kota Medan. *Tesis*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada.

- Kavaratzis, M. (2004). From City Marketing to City Branding (An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens). *Disertasi*. Belanda: Rijksuniversiteit Groningen.
- Keller, K. L., & Lehmann, D. (2005). *Brands And Branding: Research Findings And Future Priorities*. Diakses tanggal 25 Mei 2016, dari <http://bear.warrington.ufl.edu/CENTERS/MKS/invited/BRANDS%20AND%20BRANDING.pdf>.
- Kusuma, P. A. (2015). Meningkatkan Citra Yogyakarta Menggunakan Strategi City Branding. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada.
- Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional. (2015). *Indeks Pembangunan Desa 2014 : Tantangan Pemenuhan Standar Pelayanan Minimum Desa*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Kernisan, L. (2016). *Activities of Daily Living: What Are ADLs and IADLs?*. Diakses tanggal 5 Januari 2017, dari <https://www.caring.com/articles/activities-of-daily-living-what-are-adls-and-iadls>.
- Lieberman, M. (1972). Education in New Cities. *The Phi Delta Kappan* vol. 53, hal. 407–411.
- Lowe, M., Whitzman, C., Badland, H. (2013). *Liveable, Healthy, Sustainable: What Are the Key Indicators for Melbourne Neighbourhoods?*. Diakses tanggal 08 Maret 2016, dari <http://www.communityindicators.net.au/files/docs/Liveability%20Indicators%20report.pdf>.
- Messely, L., Dessein, J., Lauwers, L. (2009). Branding Regional Identity As A Driver For Rural Development. *113th EAAE Seminar “The Role Of Knowledge, Innovation And Human Capital In Multifunctional Agriculture And Territorial Rural Development”* – EAAE, Republic of Serbia.
- Murugadas, D., Vieten, S., Nikolic, J. (2015). The Informational World City London. *Journal of Documentation* vol. 71, hal. 834 – 864.
- Myers, P. V. N. (1905). *Mediaeval and Modern History*. Boston: Ginn and Company.

- Nelson, L.H. (2001). *The Discovery of the New World Land the End of the Old*.
Diakses tanggal 9 Januari 2017 dari <http://www.vlib.us/medieval/lectures/discovery.html>.
- Nugraha. S.W. (2015, 9 Januari). *Pengguna Wifi Corner di DIY Terus Tumbuh*.
Diakses tanggal 02 Januari 2017, dari <http://jogja.tribunnews.com/2015/01/09/pengguna-wifi-corner-di-diy-terus-tumbuh>
- Nuttavuthisit, K. (2007). Branding Thailand: Correcting the negative image of sex tourism”. *Place Branding and Public Diplomacy* hal. 3, hal. 21 – 30.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan. Marzuki. (2015). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial (Teori dan Praktik dengan IBM SPSS Statistic 21)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nutrijaya, P. S. (2016). Partisipasi Masyarakat dalam *Rebranding* Jogja (Studi Kasus : Partisipasi Politik Masyarakat dalam *Rebranding* Jogja Melalui Forum *Urun Rembug* Jogja). *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada.
- Panitia 11. (2015). *Rebranding Jogja : “Perancangan Logo dan Tagline Jogja*.
Diakses tanggal 31 Maret 2015, dari http://jogjaprovo.go.id/attachments/rebranding_jogja_publish.pdf.
- Pratama, E. H. (2011). *Evaluasi Branding Jogja Never Ending Asia* sebagai Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi. *Tesis*. Yogyakarta: Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada.
- Presmanes, W. S. (2012). *Daily Living Activities (DLA) Functional Assessment*.
Diakses tanggal 5 Januari 2017, dari <https://www.thenationalcouncil.org/wp-content/uploads/2012/11/DLA-Sample.pdf>.
- Prijotomo, J., Rachmawati, M., Hidayatun, M. (2014). *Arsitektur di Indonesia Dalam Perkembangan Jaman, Sebuah Gagasan untuk Jati diri Arsitektur di Indonesia*. Diakses tanggal 5 Januari 2017, dari http://repository.petra.ac.id/16632/1/Publikasi1_85012_1436.pdf.
- QS Staff Writer. (2015). *QS Best Student Cities 2016: Methodology*. Diakses tanggal 08 Maret 2016, dari <http://www.topuniversities.com/university->

[rankings-articles/qs-best-student-cities/qs-best-student-cities-2016-methodology.](#)

Razak, A. H. (2015, 16 November). *Ini Wilayah Di Jogja Yang Terjangkau Jaringan 4G LTE Telkomsel*. Diakses tanggal 02 Januari 2017, dari <http://harianjogja.bisnis.com/read/20151116/8/6912/ini-wilayah-di-jogja-ang-terjangkau-jaringan-4g-lte-telkomsel>

Rhamdani, S., Istiqomah, E.N., Ardiyanti, G. K. (2012). “The History of Yogyakarta, an Education City”. *IPEDR vol. 58*, hal. 21-24.

RISTEKDIKTI. (2016). *Klasifikasi Dan Peningkatan Perguruan Tinggi Indonesia*. Diakses tanggal 21 Desember 2016, dari <http://ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/02/klasifikasi20151.pdf>.

Saraniemi, S., & Ahonen, M. (2008). Destination Branding from Corporate Branding Perspective. *Proceedings of the Conference on Corporate Communication 2008*. hal. 435 – 448.

Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

Siregar, S., (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Sukandarrumidi., & Haryanto. (2008). *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Suwantoro, G. (1997). *Dasar - Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

Vanzerr, M., & Seskin, S. (2011). *Recommendations Memo #2 Livability and Quality of Life Indicators*. Diakses tanggal 08 Maret 2016, dari <https://www.oregon.gov/ODOT/TD/TP/docs/lcp/livability.pdf>.

Webometrics Ranking of World Universities. (2015). *Ranking Web of Universities in Southeast Asia*. Diakses tanggal 12 Oktober 2015, dari http://www.webometrics.info/en/Asia_Pacific/South%20East%20Asia.

Yunus, H. S. (2009). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Zerrillo, P. C., & Thomas, G. M. (2006). Developing brands and emerging markets: An empirical application. *Place Branding and Public Diplomacy* vol. 3, hal. 86–99.

Zhang, L., and Zhao, S. X. (2009). City branding and The Olympic Effect: A Case Study of Beijing. *Cities* vol. 26, hal. 245 – 254.