

## DAFTAR RUJUKAN

- Asnawi, N., dan Masyhuri. 2011. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang: UIN Maliki Press.
- Ghazali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, H. 2009. The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Gary, A. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, L. 2006. Manajemen Pemasaran. Edisi Dua Belas, Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Madhavaram, B., Vishaq, B., and Robert, E., MC. Donald. 2005. Integrated Marketing Communications and Brand Identity as Critical Component of Brand Equity: A Conceptual Framework and Research Propositions. *Journal of Advertising*. Vol 34, Issue 4.
- Mihart, C. 2012. Impact of Integrated Marketing Communication on Consumer Behaviour: Effect on Consumer Decision-Making Process. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 4. No. 2. April 2012. P. 121—129.
- Nasiha, S. 2010. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Shimp, Terence, A. 2003. Periklanan dan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu). Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, H. 2007. Manajemen Pemasaran Internasional. Edisi dua, Jilid 2. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiono. 2015, Statistik Nonparametris Untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.
- Sulaksana, Uyung. 2003. Integrated Marketing Communications. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Susanto, dan Wijarnako. 2004. Power Branding. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.

Supranto. 2001. Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan. Edisi Revisi.  
Jakarta: PT Rineka Cipta

Tjiptono, F. 2005. Brand Management & Strategp. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Internet <http://www.go-jek.com> 2016 (diakses pada tanggal 4  
Desember 2017)

Meity F. Ekonomi Cyber Community.  
<http://komunikasius/index.php/myacademic-andprofessional-opinion/18-courses/teknologi-dan-mediabaru>.(Diakses 4 Desember 2017)  
[www.Gojakgojek.com](http://www.Gojakgojek.com). ( diakses pada tanggal 24 Januari 2018)

Jurnal

Triwidyaningrum, Santy. 2009. Analisis equitas merek (brand equity) melalui komunikasi pemasaran terpadu (integrated marketing communicationIMC) pada pt. Nasmoco majapahit semarang. Jurnal. Semarang: UNDIP.

Sri Rahayu, Yayuk. 2013. Pengaruh integrated marketing communication terhadap brand equity perbankan syariah di Kota Malang. Jurnal. Malang: UIN Maulana Ibrahim.

Supranto. 2001. Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan. Edisi Revisi.  
Jakarta: PT Rineka Cipta

Tjiptono, F. 2005. Brand Management & Strategp. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Internet <http://www.go-jek.com> 2016 (diakses pada tanggal 4 Desember  
2017)

Meity F. Ekonomi Cyber Community.  
<http://komunikasius/index.php/myacademic-andprofessional-opinion/18-courses/teknologi-dan-mediabaru>.(Diakses 4 Desember 2017)  
[www.Gojakgojek.com](http://www.Gojakgojek.com). ( diakses pada tanggal 24 Januari 2018)

Jurnal

- Triwidyaningrum, Santy. 2009. Analisis equitas merek (brand equity) melalui komunikasi pemasaran terpadu (integrated marketing communicationIMC) pada pt. Nasmoco majapahit semarang. Jurnal. Semarang: UNDIP.
- Sri Rahayu, Yayuk. 2013. Pengaruh integrated marketing communication terhadap brand equity perbankan syariah di Kota Malang. Jurnal. Malang: UIN Maulana Ibrahim.
- Yuniaris, Wenny. 2011. Integrated marketing communication terhadap loyalitas pengguna kartu pascabayar halo di Malang. Jurnal. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.