

DAFTAR PUSTAKA

I. Sumber Buku

- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS* (E. Warsidi, Ed.). Bandung: ITB Press.
- Firmansyah, A. (2023). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. Penerbit Qiara Media.
- Griffin, R. W. (2021). *Management* (13 ed.). New York: Cengage Learning.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity Strategic Brand Management* (5 ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson Education.
- Madjid, U. (2023). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Bandung: PT Pustaka Interes Media Amani.
- Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). Corporate Rebranding - An Exploratory Review. *Irish Marketing Review*, 16(2).
- Nurman, Sukri, A., & Suryani, L. (2023). *Teori Administrasi: Administrative Executive*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Patrutiu-baltes. (2022). *Ekonomi Koperasi* (Pertama). Jakarta Timur: Yayasan Cipta Widya Karya.
- Siagian, S. P. (2020). *Filsafat Administrasi: Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN BISNIS: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3 ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sukanteri, N. P., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sitorus, S. A., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., ... Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding* (6 ed.). Wiley.
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L., ... Setianingsih, R. (2023). *Pengantar Administrasi bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

II. Sumber Jurnal dan Artikel

- Allikanaya, P. M., & Hermawan, D. (2024). Merajut Asa Kita (Knitting Our Hope): The Role of Rebranding in Developing Binong Jati Tourism Urban Village Citra Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 84–92. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.60267>
- Beise-Zee, R. (2022). Brand equity retention after rebranding: a resource-based perspective. *Journal of Brand Management*, 29(2), 208–224. <https://doi.org/10.1057/s41262-021-00263-5>
- Dojeng Meisi Koo, & Desy Prastyani. (2024). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Merek Serta Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i6.3166>
- Joseph, A., Gupta, S., Wang, Y. C., & Schoefer, K. (2021). Corporate rebranding: An internal perspective. *Journal of Business Research*, 130, 709–723. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.020>
- Khotimah, U. K., & KN, J. (2023). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Merek Taman Impian Jaya Ancol. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(3), 236–248.
- Lin, C.-H., & Shen, H.-H. (2021). An evaluation for rebranding: the impact of logo change on brand attitude and brand loyalty. *Pressacademia*, 8(1), 17–33. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2021.1384>
- Margesta, Z., & Abdurrahman, M. S. (2021). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Merek Twitter. *e-Proceeding of Management*, 11(6), 7409–7415.
- Pangestu, G. J., Sunarya, E., & Mulia Z, F. (2022). Peran Strategi Rebranding dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Besaing Pada CV. Roughrebel Abadi Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 287–295.
- Putro, D. A., Satriyono, R., Nugroho, D. O., Wasito, R., Reza, M., Azkia Nurrahma, S., ... Darjati Sukma Dewi, D. (2024). Optimalisasi Re-Branding untuk Pengembangan Produk Umkm di Desa Gerdu Karanganyar. *Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat*, (2024: Prosiding Webinar Abdimas (Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah 'Aisyiyah)). <https://doi.org/10.23917/abdimas.5295>
- Rani, F. D., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Citra Merek dan Rebranding terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Iconnet di Bandung. *Publik*, 9(2), 300–311. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.321>
- Siregar, R. Y., & Suriani, C. (2024). REBRANDING UNTUK MENJANGKAU RETAIL MODERN SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 896–902. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i2.5382>