

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: A Division of Simon & Schuster Inc.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Z. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 46-42.
- Brent, D. R., & Lea, P. S. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daly, A., & Moloney, D. (2004). Managing Corporate Rebranding. *Irish Marketing Review*, 31.
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Goi, C. L., & Goi, M. T. (2011). Review on Models and Reasons of Rebranding. *International Conference on Social Science and Humanity*, 445-449.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Juntunen, Saraniemi, & Jussila. (2009). Corporate Rebranding as a process. *Proceedings of the 5th Thought Leaders International Conference on Brand Management*, 6-7.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prehalindo.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage.

- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Muzellec, L. D., & Lambkin, M. (2003). Corporate Rebranding: an Explanatory Review. *Irish Marketing Review*, 31-40.
- Rahardjo, M. (2011). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sadat, M. A. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simanora, B. (2003). *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. B., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Mizan Publika.
- Tahir, M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, 73.