

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, R. (2019). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pada Hotel Lombok Astoria Mataram. *Jurnal manajemen dan bisnis (JMB)*, Volume No. 1.
- Alexandra, A. A., & Jaelani, E. (2019). Pengaruh Rebranding Aplikasi Mandiri Online Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Aplikasi Mandiri Online Nasabah KCU Bank Mandiri Bandung Surapati. *JSMA*, Volume XI No. 2.
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (8th ed)*. Pearson Education Limited.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Indika, D. R., & Dewi, W. U. (2018). Analisis Rebranding Untuk Membentuk Favorable Brand Image Pada Radio Play 99ers. *Jurnal JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, Volume 15 No. 2, 121-135.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management Sixth Edition*. New York: Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kurniawati, D., & Poluan, N. A. E. (2019). Pengaruh Rebranding “Linkaja” Terhadap Brand Image Produk Pada Pengguna Telkomsel di Kota Medan. Vol.3 No.1. *Talenta Conference Series: Local Wisdo, Social, and Arts (LWSA)*.
- Muzellec, L. & Lambkin, M. (2006). “Corporate rebranding: destroying, transferring or creating brand equity?”. *European Jurnal of Marketing*, Vol. 40 No. 7/8, pp. 803-824.

- Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan terhadap Brand Image GOJEK. *Prologia*, Volume 4 No. 2, 221-228. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6481>
- Patrisia, M., & Nugrahani, R. U. (2021). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image PIXI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8 No. 3.
- Pratama, M. I. (2015). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 3 No. 2, 140–147.
- Purwanti, L., & Khoiroh, N. Z. (2022). Peran Rebranding dan Product Quality Terhadap Brand Image Produk Fair and Lovely Menjadi Glow and Lovely. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, Vol.1 No.4.
- Sari, C. W. (2019). Pengaruh rebranding dan kualitas layanan terhadap citra merek (Studi pada pelanggan majelis mie cabang Citarum, Surabaya). *Jurnal ilmu manajemen (JIM)*, Volume 7 No. 2.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Teh, Goi Mei. 2012. “Rebranding and Impact toward Brand Equity”. Dalam *World Journal of Social Science* Volume 2, No. 4.

Website :

- Aida, Nur. R. (2022, Juli 22). Diganti, Apa Arti Logo Baru Ancol?. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/25/163000365/diganti-apa-arti-logo-baru-ancol-?page=all>. Diakses 08/09/2022.
- Kartika, Dwi. A. (2022, Juli 24). Menghilangkan Logo Ikonik Lumba-lumba, Ancol Resmi Berganti Logo. Rubicnews.com. <https://www.rubicnews.com/hiburan/pr-4533958939/menghilangkan-logo-ikonik-lumba-lumba-ancol-resmi-berganti-logo>. Diakses 08/09/2022
- Okezone, Tim. (2022, Juli 24). Taman Impian Jaya Ancol Punya Logo Baru, Apa Maknanya?. Travel.okezone.com. <https://travel.okezone.com/read/2022/07/23/406/2634849/taman-impian-jaya-ancol-punya-logo-baru-apa-maknanya?page=2>. Diakses 10/09/2022
- <https://jakarta.bps.go.id/indicator/16/777/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-unggulan-menurut-lokasi-di-dki-jakarta.html>. Diakses 16/09/2022