

## DAFTAR PUSTAKA

- Pemerintah Indonesia. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. 2014. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Kementerian Keuangan. 2015. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 137/PMK.01/2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Politeknik Keuangan Negara STAN, Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan.
- Kementerian Keuangan. 2016. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 2/PMK.01/2016 Tentang Statuta Politeknik Keuangan Negara STAN. Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan.
- Bamfo, B.A., Dogbe C.S., Wusu,C.O. (2018). *The Effects of Corporate Rebranding on Customer Satisfaction and Loyalty: Empirical Evidence from Ghanaian Banking Industry*. Cagent Business & Management 5: 1413970
- Goi. C.L. & Goi. M.T. (2011). *Review on Models and Reasons of Rebranding*. IPEDR vol. 5. IACSIT Press Singapore
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*

*Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kaikati, G.J. & Kaikati, M.A. (2004). *Identity crisis – The Dos And Don'ts of Brand Rechristening*. *Marketing Management*, 13(1), 45-49

Kahle, L. R. & Kim C. H. (eds). (2006). *Creating Images and the Psychology of Marketing Communications*. New Jersey: LEA

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 1*. Prebalindo: Jakarta

Muzellec, L. & Lambkin, M (2003). *Corporate Rebranding – An Explanatory Review*. *Irish Marketing Review*, 16(2), 31-40

Muzellec, L. & Lambkin, M (2005). *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring, or Creating Brand Equity?. European Journal of Marketing*, 40(7&8), 803-804

Nana, S., Mamina, R.T., Maziriri, E.T. (2019). *The Impact of Corporate Rebranding on Brand Equity and Firm Performance*. *Journal of Business and Retail Management Research*. Vol 14, Issue 4.

Pratama, M.I. (2015). *Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah*. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 2, 140-147

Runyon, K. E. (1980). *Consumer Behavior and the Practice of Marketing*. Ohio: C.E. Merrill

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryawardani, B.& Mariastuti, N. (2015). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pada Universitas Telkom*. Prosiding SNaPP2015.
- Timmerman, T.(1999). “*Establishing the Structure of Brand Images from a Feature-Based Perspective on Memory*”. In C. Nobles. “*Development in Marketing Science*”. Vol 22. Page 1-5). Coral Gales, FL, USA: Academy of Marketing Science.
- Uma Sekaran. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

- Wijaya, B.S. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. European Journal of Business and Management. Vol. 5, 55-65
- Wijaya, B.S. (2011). *Brandpreneurship: Brand Development-Based Entrepreneurship*. Proceeding 1<sup>st</sup> International Conference on Busines and Communication (ICBC), Jakarta, Indonesia
- Ambar. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Dalam <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemasaran>, diakses pada 22 Mei 2020.
- Jefriando, Maikel. (2015). *Jadi Politeknik, STAN Punya Program Studi D1 Hingga S3*. Dalam <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3065558/jadi-politeknik-stan-punya-program-studi-d1-sampai-s3>, diakses pada 4 Mei 2020.
- Kementerian Keuangan. (2016). *Transformasi STAN Menjadi PKN STAN*. Dalam <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/transformasi-stan-menjadi-pkn-stan/>, diakses pada 4 Mei 2020.
- Nielsen. (2012). *Global Trust in Advertising and Global Messages*. Dalam <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2012/global-trust-in-advertising-and-brand-messages-2/>, diakses pada 22 Mei 2020.