

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F., & Anandita, C. (2019). *Rebranding* Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Perpustakaan Komunikasi*, 2(1), 93-104.
- Bamfo, B. A., Dogbe, C. S. K., & Osei-Wusu, C. (2018). The effects of corporate *rebranding* on customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from the Ghanaian banking industry. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1413970.
- Erlin Christiani, T. (2020). Analisis Strategi Sosial Media Dalam Membangun *Brand image* (Studi di Instagram Fujifilm Indonesia). *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 75. <https://doi.org/10.22441/visikom.v19i1.9844>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Hardani *et al.* (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Indika, DR, & Dewi, WU (2018). Analisis *Rebranding* Untuk Membentuk *Brand image* Yang Menarik Pada Radio Play 99ers. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 15(2), 121–135. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1-8.
- Khopipah, S., & Turistiati, A. T. (2020). Challenges of dual roles of *marketing public relations* and *public relations* in developing a positive image of PT. Overseas Zone. *Informasi*, 49(2), 91–100. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.28256>
- Marques, C., da Silva, R. V., Davcik, N. S., & Faria, R. T. (2020). The role of brand equity in a new *rebranding* strategy of a private label brand. *Journal of Business Research*, 117, 497-507.

- Muslimin, F. A., Hafiar, H., & Prastowo, F. A. A. (2022). Pelaksanaan Strategi *Marketing public relations* Asbhoel Dalam Membangun *Brand image*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(3), 423–441. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/Komunikasi/index>
- Puspita, I. M. (2020). Strategi *Marketing public relations* PT. Berjaya Sally Ceria (Sour Sally) melalui Rejuvenation dalam Membangun Citra “All New Sour Sally.” *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 110–125. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1082>
- Ramadhan, F. (2017). *Strategi Marketing public relations Dalam Membangun Brand Awareness Happyfresh*. 646–650.
- Rizki, M. F. (2019). Peranan *Public relations* dalam *Rebranding* TVRI untuk Membentuk New Image. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(2), 134–150. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i2.14931>
- Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. M. L. (2018). Strategi *Marketing public relations* Dalam *Rebranding* HSBC Indonesia untuk Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 1–14.
- Setyanto, E. Y. (2018). Strategi *Marketing public relations* Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global. *Prologia*, 2(2), 312 – 319.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sumiyati, Komalawati, E., & Rosma, A. (2019). Strategi *Public relations* Dalam *Rebranding* Bekasi Square Menjadi Revo Town. *Jurnal Lugas*, 3(2), 110–118.
- Topan, D. A., & Widiasty, G. (2022). Strategi *Marketing public relations* Urban Republic Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1755>
- Widya Karunia, O., Arif, E., & Roem, ER (2020). Strategi IMC Pemkot Payakumbuh Dalam Proses *Rebranding* Untuk Membangun *Brand image* Kota Payakumbuh Randang. *Sistem Jurnal Terbuka*, 14(12), 3671–3680. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>

Wiraditi, R. B., & Sudibyoy, A. (2020). Strategi *Marketing public relations* Dalam Meningkatkan *Brand image* PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1), 51–72.