

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A, Shimp, Terence. (2023). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 10st ed. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., ... & Ulfah, M. (2022). Book of brand marketing: the art of branding.

ARTIKEL

- Ahmad, A., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., Aburayya, A., dan Hamadneh, S. (2021). Digital Transformation Metrics: A Conceptual View. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(7), 1-18.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Amorita, A. (2022). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Rebranding Aplikasi Noice* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Burhanuddin, R. A., Wicaksono, B. W., Yulistiani, I., & Hanafiah, F. P. (2023). *Rebranding Bank Kb Bukopin Dalam Membangun Brand Image Perusahaan*. *Warta Dharmawangsa*, 17(3), 1216-1232.
- Burhanudin, B., Farihin, A., dan Karyono, K. (2024). Pendampingan pemasaran digital untuk peningkatan daya saing UMKM kripik pisang di Desa Compreng dalam era digitalisasi. *SocServe: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 75-82.
- Chan, A., dan Eunike, F. (2019). PDC Corporate *Rebranding* Process to be Custombandung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 234-245.
- Dwivedi, Y. K., (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of*

Information Management, 59, 102168. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

Fauzia, R. (2021). *Rebranding* Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Dalam Menyasar Generasi Millenial Dan Zillennial. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 11(2), 175-188.

Firdaus, Z. I., dan Setiadi, T. (2024). Strategi *Rebranding* Pemerintah Kota Pasuruan Dalam Meningkatkan *Jumlah Wisatawan*. *The Commercial*, 8(02), 202-210.

Larasati, R. K., dan Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Pasar Modal:(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Investasi*, 8(2), 55-64.

Muzellec, L., dan Lambkin, M. (2006). Corporate *Rebranding*: Destroying, Transferring Or Creating Brand Equity. *European journal of marketing*, 40(7/8), 803-824.

Noble, H., dan Heale, R. (2019). Triangulation in research, with examples. *Evidence-based nursing*, 22(3), 67-68.

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2022). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691773384. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>

Nurwahida, N., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KEBIASAAN MENGGUNAKAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MCDONALD'S SAMARINDA. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(1), 26-44.

Qomaruddin, Q., dan Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77-84.

Risqia, N. G., Prasetyo, A. Y., & Ferdinand, A. T. Apakah Pengaruh Keragaman Produk, Suasana Toko, dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen?(Studi Dewina Boutique Semarang). In *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)* (Vol. 7, No. 1, pp. 252-265).

- Rumijati, A., Asfiah, N., dan Fuadiputra, I. R. (2021). *Rebranding* untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha Aisyiyah (IPAS). *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 54-61.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., dan Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680-9694.
- Safitri, B. (2023). Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat terhadap Sekolah Alam Pangandaran. *Ekodestinasia*, 1(1), 1-6.
- Salsabilla, F., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 3(3), 474-480.
- Santosa, N. I. (2022). Strategi *Rebranding* Trimurti Senior High School dalam Meningkatkan Citra Sekolah Modern. *The Commercium*, 5(3), 79-89.
- Schultz, D. E., Patti, C. H., dan Kitchen, P. J. (2022). The Evolution of Integrated Marketing Communications. *Abingdon: Routledge*.
- Stuart, H. (2018). Corporate branding and *rebranding*: an institutional logics perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 27(1), 96-100.
- Syafruddin, M. A. (2023). Peran Kepala Sekolah Dalam Manajemen Sarana Prasarana Untuk Meningkatkan Mutu Proses Pembelajaran di SMP Muhammadiyah Simpang Empat. *Diklat Review: Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*, 7(1), 74-82.
- Ultavia, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, dan Shaleh. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348.
- Zafirah, A., dan Susanti, D. (2023). Strategi Re-Branding Destinasi Wisata Tkl Eco-Park Untuk Meningkatkan Tren Kunjungan Re-Branding Strategy for Tkl Eco-Park Tourist Destinations to Increase Visit Trends. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 55-68.

WEBSITE

- APEI. (2022). *Survei Perilaku Investor Pasar Modal Indonesia*. Asosiasi Perusahaan Efek Indonesia.

- BEI. (2022). *Data Statistik Pasar Modal Indonesia 2022*. Bursa Efek Indonesia.
<https://www.idx.co.id>
- CSIS. (2022). *Tren Investasi Generasi Muda di Era Digital: Studi Dampak Pandemi terhadap Perilaku Keuangan*. Centre for Strategic and International Studies.
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2022). *Statistik Pemilik Rekening Efek dan SID*.
<https://www.ksei.co.id>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2025). *Data Pertumbuhan Investor Pasar Modal Indonesia 2025*.
<https://www.ksei.co.id>
- McKinsey & Company. (2022). *The Future of Digital Investing in Southeast Asia: Indonesia Spotlight Report*.
<https://www.mckinsey.com>
- OCBC. (2022). *Nasabah Adalah: Pengertian, Manfaat, dan Jenis-Jenisnya*.
<https://www.ocbc.id/article/2022/09/27/nasabah-adalah>
- OJK definisi perusahaan efek : <https://rdi.idx.co.id/id/events/instagram-feed-the-role-of-securities-companies-investment-managers-in-the-capital-market>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*.
<https://www.ojk.go.id>
- PT Bahana Sekuritas. (2023). *Laporan Tahunan dan Strategi Rebranding Aplikasi Bahana DXtrade*. PT Bahana Sekuritas.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). *Digital 2022: Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>