

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, Ronald B, dan Rodman, George. 2010. Understanding Human Communication. Terjemahan Agus Darma. Jakarta: Erlangga
- Alya, Lintang Ayu. Dkk. 2020. (Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image (Survey pada pengguna PT Gojek di Malang). Jurnal aplikasi bisnis. Volume 6 Nomor 1.
- Andi, Soemitra. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Kencana Persada Media Group
- Anggriani, R. (2019). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pada Hotel Lombok Astoria Mataram. *jurnal manajemen dan bisnis* .
- Bawano. 2006. Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Bugin, Burhan. 2013. Metode penelitian social & ekonomi: format- format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, public, Komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama. Jakarta: Kencana prenada media group.
- Febriansyah. 2013. Pengaruh perubahan logo (rebranding) terhadap citra merek pada PT Telkom Tbk di Bandar Lampung. JMA .Volume 18.
- Ferdinand, Augusty. 2006. Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen. Edisi 4. BP UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21. UNDIP Semarang.
- Goi, Chai Lee and Goi, Mei- the. Review on Models and reasons of rebranding. Singapore: IACSIT Press, 2011.

- Hapsoro, Bayu Bagas. 2013. Studi Persepsi Masyarakat Terhadap *Brand Image* Kota Semarang. Jurnal sains pemasaran Indonesia. Volume 12 Nomor 1. [https://doi.org/10.14710/jspi.v12i1.89 - 106](https://doi.org/10.14710/jspi.v12i1.89-106)
- Imran, Bambang. 2017. Pengaruh persepsi masyarakat batam tentang syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Journal of Business Administration. Vol 1. No 2.
- Imron, Bambang Hendrawan. 2017. Pengaruh persepsi masyarakat Batam tentang Bank Syariah terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah. Journal of business administration. Volume 1 Nomor 2. Hal (209- 218).
- Irawan Setio Budi (2010). Analisis pengaruh rebranding dan brand personality terhadap brand image (studi kasus pada: pt. Bank jateng kantor cabang pati). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*,9(No.3:277-297, Desember 2010).
- Ko, Kevin. dkk. 2016. Analisa persepsi konsumen terhadap citra merek, kualitas produk dan harga di warung bebek Kebut Surabaya. Jurnal Hospitality dan Management Jasa. Volume 4 Nomor 2.
- Kotler, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. (2008). Manajemen Pemasaran (ed. 12, vol. 1). (Benyamin Molan). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agvi. 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 12(2015):53-65.

- Mangkunegara (2002), Prabu Anwar. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. PT. Refika. Aditama Bandung.
- Muzellec, Laurent dan Lambkin, Mary. 2006. "Corporate Rebranding Destroying, Transferring or Creating Brand Equity?". *European Journal of Marketing*. Emerald Group Publishing Limited. 40, 7-8.
- Nabila, N. I. (2018 ). pengaruh perubahan logo (rebranding) terhadap citra perusahaan pada pt bank bri tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen FORKAMMA*. Volume 2 Nomor 1 Tahun 2018. Hal (117- 126).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Oslon. 2002. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Erlangga : Jakarta.
- Pratama, Ichsan M. 2015. Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah (Studi Pengaruh Perubahan Nama, Logo, Slogan dan Frontliner Terhadap Citra Bank Jambi pada Nasabah Kantor Cabang Utama). Volume 3 Nomor 2.
- Ramadhan Kurniawan, and I. Idris. Analisis pengaruh citra merek , persepsi kualitas, persepsi resiko terhadap keputusan pembelian melalui persepsi nilai sebagai intervening.
- Robbins. 2008. Perilaku Organisasi, Jilid I dan II, alih Bahasa: Hadyana Pujaatma. Jakarta: Prenhallindo.
- Romadhoni, Syaifuddin. Dkk. 2016. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Citra Perusahaan (Survey pada konsumen PT Pegadaian cabang Malang kantor Blimbing). *Jurnal administrasi bisnis*. Volume 40 Nomor 2.
- Rosyada, Amrina. 2018. Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan Pada XL Axiata (Studi Pada Pengguna Simcard XL di XL Center Pemuda Surabaya). *Jurnal ilmu manajemen*. Volume 6 Nomor 1. Hal 1- 7.

- Rosyadi, Agi. 2018. Pengaruh Iklan Televisi dan Persepsi Konsumen terhadap Citra Merek Teh Botol Sosro. *Jurnal manajemen dan bisnis*. Volume 15 Nomor 1.
- Rusdianto, Hutomo dan Chanafil Ibrahim. 2016. Pengaruh produk Bank Syariah terhadap minat menabung dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderating di Pati. *Jurnal ekonomi syariah*. Volume 4 Nomor 1. Hal (43-61)
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sari, C. W. 2019. Pengaruh rebranding dan kualitas layanan terhadap citra merek (Studi pada pelanggan majelis mie cabang Citarum, Surabaya). *Jurnal ilmu manajemen*. Volume 7 Nomor 2.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiadi, N. J., (2003) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Stephen Robbins, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2008), h. 124
- Stuart, Hellen and Muzellec, Laurent (2004). Corporate makeovers: Can a hynebe rebranded. *Journal of Brand Management*. Vol. 11 (6) pp472-482
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, Danang (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, CAP (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategi*. Yogyakarta: Andi
- Winata, Dandang Hendra dan Anik lestari Andjarwati. 2019. Pengaruh *Rebranding* Terhadap *Loyalitas* dengan Citra Merek sebagai variabel mediasi (studi pada Po Sugeng Rahayu). *Jurnal ilmu manajemen*. Volume 7 Nomor 2. Hal 327- 333.
- Yunita, Mia. 2018. Analisis pengaruh persepsi masyarakat, citra perusahaan dan pendapatan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, (Salatiga: Skripsi).