

REFERENCES

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abubakari, A. (2016, June). Corporate Rebranding And Corporate Brand Image: The Mediating Role Of Marketing Communication. 23.
- Ade Onny Siagian, e. a. (2021). *Leadership di Era Digital*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Agana, H. Y. (2015). Customers' Perception Of Rebranding and Bank Preference. A Case of GCB Bank.
- Agustina, T., & Rachmaniar. (2014, September). Corporate Identity Visual Dan Citra Perusahaan Melalui Fasilitas Ruang Baca Di Bapusipda Jawa Barat. *Jurnal JIKA*, 1(2).
- Alizadeh, A., Moshabaki, A., Hoseini, S., & Naiej, A. K. (2014). The comparison of product and corporate branding strategy: A conceptual framework. *Journal of Business and Management*, 16(1), 14-24.
- Andirani, F., & Anandita, C. (2019, Maret). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93-104.
- Arifin, M. B. (2018). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Aris Ariyanto, F. W. (2021). *Strategi Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Ashadi, Anisa, & Nur'aini, R. D. (2018). *Penerapan Metode Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian ARSITEKTUR*. Jakarta: Arsitektur UMJ Press.
- Chad, P. A. (2015). Utilising a change management perspective to examine the implementation of corporate rebranding in a non-profit SME. *Journal of Brand management* (22), 569-587.

- Chandra, G. D. (2018). Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2).
- Chaniago, A. (2016). Penerapan Mutu Pelayanan dan Corporate Rebranding Ciptakan Pelanggan Loyal. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendikia.
- Dartanto, T., Gitaharie, B. Y., & Handayani, D. (2019). *Challenges Of The Global Economy Some Indonesian Issues*. Nova Science Publishers.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dewan Riset Nasional. (2018). *Bunga Rampai Inovasi Pergulatan Pemikiran Berbagai Perspektif*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Doeschot, M. (2015). *Corporate rebrandings from an employee perspective*. Bentelo.
- Durmaz, Y., & Yaşar, H. V. (2016). Brand and Brand Strategies. *International Business Research*, 9(5), 48-56.
- Effendi, M. i., Sugandini, D., Istanto, Y., & Arundati, R. (2020). *Inovasi Teknologi Informasi dan Kinerja Bisnis UKM*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Endra, F. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Foroudi, P., Melewar, T., & Gupta, S. (2014, November). Linking corporate logo, corporate image, and reputation: An examination of consumer perceptions in the financial setting. *Journal of Business Research*, 67(11), 2269-2281.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, S. K., Swandi, I. W., & Raditya, A. (2013). Perancangan Corporate Identity Espacio Interior Design Makasar. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Halundaka, T. Y., Mas'amah, & Liliweri, Y. K. (2019). Strategi Promosi Identitas Baru Hotel Kristal Kupang Menjadi Hotel Swiss-Belinn Kristal Kupang Melalui Media Relations. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 1325.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan Dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, B. A., Paundralingga, A. Y., & Kusuma, A. C. (2018). *IMPLIKASI MAKROEKONOMI DARI INOVASI DIGITAL: STUDI LITERATUR*. Bank Indonesia.
- InternetWorldStats. (2021). Internet 2021 Usage in Asia. Retrieved from InternetWorldStats.com: <https://www.internetworldstats.com/stats3.html>
- Izharuddin, M. (2016). *Proses Rebranding Pada Plasa Marina Menggunakan Complex Processes Model*.
- Kadim, A. (2017). *Penerapan Manajemen Produksi & Operasi di Industri Manufaktur*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Katadata.co.id, T. R. (2018, Juni 2). *Pegadaian Butuh Transformasi*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/safrezifitra/indepth/5e9a55f52b1dc/pegadaian-butuhtransformasi>

- Kairupan, N. H., Dida, S., & Budiana, H. R. (2015, October). CORPORATE REBRANDING OF GRAMEDIA STORE. *Edutech*, 15(3), 270.
- Keuangan, O. J. (2021, Maret 3). Statistik Perusahaan Pergadaian Januari 2021. Retrieved from ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-danstatistik/lembaga-keuangan-khusus/Pages/Statistik-Perusahaan-PergadaianJanuari-2021.aspx>
- Kotler, & Amstrong. (2013). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Erlangga. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku. Kurniawan, G. (2019). *Kewirausahaan di Era 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute.
- Laksono, E. B., & Magnadi, R. H. (2019). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(4), 60 - 73.
- Lestari, R. (2018, Mei 16). Ternyata ini 3 Pesaing Utama Pegadaian di Industri Retrieved from Bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20180516/89/795825/ternyataini-3-pesaing-utama-pegadaian-di-industri-keuangan>
- Listya, A. (2016). Bukan Sekadar Hiasan: Gaya Grafis Khas Sebagai Identitas Visual Korporat . *Jurnal Desain*, 109. Liputan6. (2015).
- Liputan6.com. Retrieved from 4 Perusahaan yang Sukses Ubah Citra: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2360357/4-perusahaan-yang-sukses-ubahcitra>
- Liu, R. L. (2015). *Rebranding: Two Essays*. Washington State University.
- Lomax, W., & Mador, M. (2006). Corporate re-branding: From normative models to knowledge management. *Journal of Brand Management*, 14.

- Lukman, I. (2015, November 9). 4 Perusahaan yang Sukses Ubah Citra. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2360357/4-perusahaan-yang-sukses-ubah-citra>
- Marifah, S. (2021, Juni 21). Inovasi Baru Pegadaian ini Jadi Pilihan Pertama Masyarakat. Retrieved from Infobrand.id: <https://infobrand.id/inovasi-baru-pegadaian-ini-jadi-pilihan-pertama-masyarakat.phtml>
- M. Anang Firmansyah, A. R. (2019). *Kewirausahaan Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Malesu, M. L., & Chen, X. (2015). A Process Perspective of Corporate Rebranding of SMEs: A multiple case study of Restaurants and Bars in Östergötland.
- Merrilees, B., & Miller, D. (2008). Principles of corporate rebranding. *European Journal of Marketing*.
- Miniwatts Marketing Group. (2021). Internet World Stats. Retrieved from internetworldstats.com: <https://www.internetworldstats.com/asia.htm>
- Muhtadi, & Hermansah, T. (2013). *Manajemen Pengembangan Masyarakat Islam*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: CV Media Sains Indonesia.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Muzellec, Laurent, Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). "Corporate Rebranding An Exploratory Review" *Irish Marketing Review*. 31-40.
- Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020, Oktober). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Gojek. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*, 4(2), 221 - 228.

- Nugraha, B. (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. Pradina Pustaka.
- Nurdin, M. A., & Abrori, A. (2019). Mengerti Sosiologi (Pengantar Memahami Konsep-Konsep Sosiologi). Jakarta: CV Idayus.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara. (2017). Dasar-Dasar Statistik Penelitian. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- O'Driscoll, A. (2004). IRISH MARKETING REVIEW "Enhancing Marketing Thought and Practice". Mercury Publications.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Lembaga Keuangan Khusus. Retrieved from Ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/Lembaga-Jasa-Keuangan-khusus.aspx>
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Lumajang: Widya Gama Press.
- Patrisia, M., & Nugrahani, R. U. (2021). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Pixy. eProceedings of Management, 8(3).
- Pegadaian.co.id. (2021). Laporan Tahunan 2021. Retrieved from pegadaian.co.id: https://www.pegadaian.co.id/uploads/laporan/Laporan_Tahunan_PT_Pegadaian_2021_Ind
- pegadaian.co.id. (2020). Pegadaian.co.id. Retrieved from Laporan Tahunan 2020: https://www.pegadaian.co.id/uploads/laporan/AR_Pegadaian_ID_2020_FINAL
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding "Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis". Malang: UB Press.
- Pratiwi, T. C., & Widiyastuti, T. (2018). Analisis Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di CV Alvina Indah Motor Blitar. Jurnal Penelitian

Manajemen Terapan, 3(2), 161-169.

Priyono. (2007). Pengantar Manajemen. Sidoarjo: Zalfatma Publisher.

Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing.

PT Pegadaian. (2020). Laporan Tahunan 2020. Retrieved from pegadaian.co.id:
<https://www.pegadaian.co.id/laporan-kinerja/laporan-tahunan>

PT Pegadaian. (2022). Profil Korporasi. Retrieved from pegadaian.co.id:
www.pegadaian.co.id/profil

Pu, X. (2019). Rebranding China "Contested Status Signaling in the Changing Global Order".
California: Stanford University Press.

Purnomo, A. K. (2019). Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS. Surabaya:
Jakad Publishing.

Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Ponorogo:
CV Wade Group.

Putra, I. G. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation dan Marketing
Promotion Terhadap Brand Image IKEA. Jurnal Digismantech, 1(1), 1 - 10.

Putri, B. R. (2017). Manajemen Pemasaran. Denpasar, Bali: Universitas Udayana.

Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Makassar: Lembaga
Perpustakaan dan Penerbitan.

Rahardi, D. R. (2020). FINANCIAL TECHNOLOGY (It Is An Emerging Industry That Uses
Technology To Improve Activities InFinance). PT. Filda Fikrindo.

Rahardjo, S., & Pratiwi, K. S. (2016). Penerapan Wayfinding Di Koridor Kantor Galamedia
Bandung. Jurnal Desain Interior & Desain Produk, 247.

- Raharjo, A. W., & Elida, T. (2015). Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank di Indonesia. Depok: Universitas Indonesia.
- Rahman, F. (2017). Snapshot Citra Merek Produk Kreatif. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Raihan. (2017). Metodologi Penelitian. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Rajagopal. (2019). Competitive Branding Strategies (Managing Performance in Emerging Markets). Mexico: Palgrave macmillan.
- Ratnasari, S. L. (2012). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Surabaya: UPN Press.
- Ratnasari, Y. (2018, April 1). PT Pegadaian Luncurkan Layanan Digital Sebagai Financial Company. Retrieved from tirto.id: <https://tirto.id/pt-pegadaian-luncurkan-layanan-digital-sebagai-financial-company-cG4D>
- Ritonga, H. M., fikri, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi. Medan: CV Manhaji.
- Rozi, A., & al, e. (2019). The Power Of Entrepreneurship. Serang: Bintang Sembilan Visistama.
- Rukmana, Y. (2016). Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan: Studi multi kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: Sah Media.
- Sari, F. (2018, October 09). Ini produk penyumbang pendapatan terbesar Pegadaian. Retrieved from kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/ini-produk-penyumbang-pendapatan-terbesar-pegadaian>

- Satria, C., & Gunalan, S. (2020). Kajian Perancangan Logo Kelompok Sadar Wisata Gatari Mass Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Alam Baru. 85.
- Setiawan, S. (2019). Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS versi 24. PPNI Qatar.
- Shi, Y. (2021). REBRANDING AND MARKETING COMMUNICATION.
- Siegert, G., Forster, K., Chan-Olmsted, S. M., & Ots, M. (2015). Handbook of Media Branding. Dordrecht, Heidelberg, London, New York: Springer.
- Sikapiuangmu.ojk.go.id. (2021, Desember). Sikapi Uangmu Ojk.go.id. Retrieved from Daftar Perusahaan Pergadaian Berizin dan/atau Terdaftar Di OJK Per Desember 2021: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40715>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Statista. (2017). Digital Market Fintech Indonesia. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/indonesia>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suryani, T. (2017). Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- T.Rahmawati, W. (2021, Oktober 24). Nilai transaksi digital banking meningkat 46,72% di September. Retrieved from kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/nilai-transaksi-digital-banking-meningkat-4672-di-september>
- Tedjasendjaja1, G. A., & Honita, Y. (2016, Juni). Kajian Visual Logo Dan Produknya: Studi Kasus Company Profile Perusahaan Aksesoris Clay Mini Unik. Jurnal ruparupa, 5(1), 4.

Tevi, A. C. (2013). The Effect of Multiple Rebranding on Customer Loyalty in Nigerian Mobile Telephony. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2).

Tjiptono F. 2019. *Strategi Pemasaran*, 4e. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Ulya, F. N. (2019, Juli 22). Go-Jek Ganti Logo Baru Bernama "Solve" . Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2019/07/22/170000926/go-jek-ganti-logo-baru-bernama-solve>

Vukasović, I., Ančić, I., & Starčević, D. (2017). Rebranding as an Elementary Part of Corporate Repositioning and Reputation Management – Addiko Bank Example.

Walfajri, M. (2021, Oktober 11). BI: Transaksi digital banking meningkat 46,72% yoy sampai September 2021. Retrieved from NewsSetup: <https://newssetup.kontan.co.id/news/bi-transaksi-digital-banking-meningkat-4672-yoy-sampai-september-2021>

Wardani, T. A., & Wibowo, S. (2017, April). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image pada Indosat Ooredoo (Studi Pada Pengguna IM3 Ooredoo di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 4(1), 635 - 641.

Widjaj, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. Yayasan Barcode.

Wijanarko, A., & Krisnawati, D. (2020, Mei-Agustus). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Kospin Jasa. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(2).

Wijoyo, H., Ariyanto, A., Wongso, F., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., .Devi, W. S. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.

Xaba, T. N. (2015). The Effects of Corporate Rebranding on Employee Engagement: Evidence from the Professional Services Industry of South Africa.

Yulius, Y., & Susilo, W. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Orientasi Pasar dan Aplikasi Bisnis*

yang Inspiratif. Jakarta.

Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.

Zainurrosalamia, S. (2017). Manajemen Pemasaran dan Bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Samarinda: RV Pustaka Horizon.