

DAFTAR PUSTAKA

- A, S. T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Ariano, M. (2017). PENGARUH REBRANDING DAN REPOSITIONING TERHADAP. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.6 No.2*.
- Astunik, Y. (2020, March 2020). From <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>
- Ayu Aziah, P. (2018, September 2). From Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi: <https://media.neliti.com/media/publications/478652-analisis-perkembangan-industri-transport-ce11bfdb.pdf>
- Budi. (2010). *Manajemen Pemasaran, Cetakan Kesepuluh*. . Jakarta: Erlangga.
- Evans, J. R. (1995). *Retail Management: A Strategic Approach*. Macmillan : Publishing Company.
- F Andriani, C. A. (2019). From Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra: Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra
- Firlaili, N. (2019, March 5). From TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP PENUMPANG AKIBAT ADANYA PRAKTIK PERALIHAN AKUN DRIVER: <https://repository.unair.ac.id/80782/>
- Folley, J. &. (2006). From *BalancedBrand: Strategi memenangkan pasar dengan menyeimbangkan kekuatan brand dan reputasi perusahaan*, Transmedia Pustaka, Tangerang.
- Harsojuwono, B. A. (2020). *Statiska Penelitian*. Malang: Madani Media.
- Hurriyati, Ratih, (2015), *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Jefkins, F. (2007). *Dasar Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Keller, K. &. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Index.
- Keller, K. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. . Pearson Education.
- KN, U. K. (2023). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image Taman Impian Jaya Ancol. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*.
- Kotler Philip, W. P. (2006). *B2B Brand Managemen*. Germany: Springer.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Maharani, A. D. (2010). Analisis pengaruh dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang.
- Mei, T. G. (2019). *From Rebranding and Impact Toward Brand Equity*. Kuala Lumpur: Kuala.
- Mowen, J. (2012). *Consumer Behavior: A Framework (2nd ed.)*. Pearson.
- Muzellec, L. M. (2017). *Corporate Branding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity*. Newyork: Mcgraw Hill.
- Nugraha, B. (2022). Pengembangan Lit Staristik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan pertimbangan Uji Kiasit. *Pradina Pastaka*.
- Petbutikul, A. (2011). *Strategi Pemasaran. Cetakan Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, K. (2023, March 17). From Tren Pengguna Transportasi Online di Indonesia, Faktor Harga Jadi Pertimbangan Utama Konsumen: <https://news.bakrie.ac.id/academics/ilpol/1482-tren-pengguna-transportasi-online-di-indonesia-faktor-harga-jadi-pertimbangan-utama-konsumen>
- Rizki, M. F. (2019). PERANAN PUBLIC RELATIONS DALAM REBRANDING TVRI UNTUK MEMBENTUK NEW IMAGE. *Jurnal Komunikasi Global*, 137-138.
- Schiffman, L. (1997). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Silalahi, U. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditana.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabet.