

DAFTAR PUSTAKA

- 1StopDesign. (2023). Twitter X rebrand. 1StopDesign.
- Adenola, A. T., Onayemi, O. O., Aremu, F. J., & Aikomo, O. O. (2025). Bolstering the moderating role of consumer perception on brand activism and consumer loyalty. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(1), 407–420. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i1.4173>
- Anggraini, D. P., & Hidayat, M. S. (2024). *Pengaruh Rebranding , Kualitas Layanan dan Brand Ambassador terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Generasi Milenial dan Zilenial yang menggunakan Gofood di Kota dan Kabupaten Mojokerto)*. 2(4).
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arek ITS. (2023, July 29). X sebagai logo dan branding baru Twitter. Arek ITS.
- Budi Utomo, S., Utami, E. Y., & Ardhiyansyah, A. (2023). Pengaruh Brand Activism, Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Merek: Analisis dalam Konteks Industri Fast Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 01–10. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.157>
- Budianti, M. E. (2020). *Loyalitas Pengguna Ditinjau Dari Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Aplikasi Ovo Pada Grab Di Surakarta*.
- Business 2 Community. (2023). Twitter statistics. Business 2 Community.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on e-commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/10.7903/IJECS.1892>
- CNBC Indonesia. (2024, February 18). Alasan sebenarnya Elon Musk caplok

- Twitter, ternyata ngeri. CNBC Indonesia.
- CNN Indonesia. (2023, July 24). Rebranding Twitter, CEO jelaskan apa itu X dan fitur-fiturnya. CNN Indonesia.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/ototekno/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-2020-2021>
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Fadhila, A. (2024). *Analisis Persepsi Pengguna terhadap Kualitas Layanan pada Aplikasi Threads menggunakan Analisis Sentimen dan Topic Modeling*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/209665/slug/analisis-persepsi-pengguna-terhadap-kualitas-layanan-pada-aplikasi-threads-menggunakan-analisis-sentimen-dan-topic-modelling-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.html>
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Fortune IDN. (2023, July 24). Makna logo baru Twitter. Fortune IDN.
- Glints. (2023). Rebranding Twitter. Glints.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Hasbi, I., Syahputra, S., Syarifuddin, S., Wijaksana, T. I., & Farías, P. (2022). the

Impact of Discount Appeal of Food Ordering Application on Consumer Satisfaction in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(6), 978–991. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i6.956>

Hendriani, R. (2023). *Tahap-Tahap Persepsi Konsumen Dan Keputusan Pembelian Yang Dilakukan Oleh Konsumen*. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.

Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>

<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

IDX Channel. (2023). Inilah sosok pemilik Twitter yang sebenarnya sebelum dibeli Elon Musk. IDX Channel.

Ikhlas, G. R. (2021). *Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Kota Bandung* [Telkom University]. Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Kota Bandung

Ilviendri, R., & Sari, D. K. (2021). Pengaruh Rebranding Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pemirsa Tvri Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(1), 77–89. <https://doi.org/10.31869/me.v7i1.2537>

Indarto. (2017). *Tabel T dan R*. 1–10. <https://www.scribd.com/document/362110780/tabel-t-dan-r>

Indika, D. R., & Dewi, W. U. (2018). ANALISIS REBRANDING UNTUK MEMBENTUK FAVORABLE BRAND IMAGE PADA RADIO PLAY 99ers. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(2), 121–135. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>

- Inilah.com. (2023). Data pengguna media sosial Indonesia. Inilah.com.
- Kompas TV. (2023). Mengubah Twitter jadi X: Apakah strategi Elon Musk sudah tepat? Kompas TV.
- Kumparan. (2023). Twitter pindah tangan, netizen pindah platform. Kumparan.
- Lestari, J., & Meliana, V. (2023). Pengaruh Rebranding dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen Mako. *Streaming*, 2(1), 33–40. <https://doi.org/10.53008/streaming.v2i1.3029>
- Lintang, I. (2024, September). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024*. <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Lutfhiandry. (2022). *Pengaruh produk rebranding terhadap kepuasan konsumen pada produk rafiza fried chicken yang dimediasi oleh variabel citra merek*. 94–95.
- Manan, F. A. (2024). *ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERKAIT REBRANDING TWITTER MENJADI X TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN* [Universitas Bakrie]. <https://repository.bakrie.ac.id/9687/>
- Miranda, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan Chicken William Bojongsoang* [Telkom University]. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/162774/slug/pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-persepsi-nilai-pelanggan-terhadap-loyalitas-konsumen-melalui-variabel-intervening-kepuasan-pelanggan-chicken-william-bojongsoang.html>
- Most1058 FM. (2023, August 3). 3 perubahan pada fitur Twitter pasca rebranding menjadi X. Most1058 FM.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan

- Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Muhammad, A., Ibrahim, M., Ikramuddin, & Syahputra, H. (2020). The Role of Digital Marketing Platforms on Supply Chain Management for Customer Satisfaction and Loyalty in Small and Medium Enterprises (SMEs) at Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 1210–1213.
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pangaribuan, T., Diana Sari, Caecilia Suprpti Dwi Takariani, & Simatupang, O. (2023). Kesadaran Keamanan Dan Privasi Data Pengguna Whatsapp (Studi Kasus Di Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 27(1), 93–108. <https://doi.org/10.17933/jskm.2023.5129>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Title *Journal GEEJ*, 7(2), 23–53.
- Pratiwi, I. (2024). *Pengaruh E-Service Quality, Brand Image, Dan Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Pengguna Dompot Digital Dana Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung - Dalam Bentuk Buku Karya Ilmiah*. 13–41.
- Prayoga, A. (2020). *Dampak Rebranding terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi: Studi pada konsumen Gojek di Salatiga* [Universitas Kristen Satya Wacana]. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/2899>
- Puspita, A. B. (2019). *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility*

(Csr) Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan, Minat Beli, Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Waroeng Group Di Kota Yogyakarta) [Universitas Islam Indonesia]. <http://hdl.handle.net/123456789/16113>

Puspitasari, I. A. (2024). *Pengaruh Rebranding Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Syariah Indonesia)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Putri, R. N., Dharta, Y., & Yusup, E. (2024). Journal of Communication and Islamic Broadcasting Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi terhadap Rebranding Aplikasi Gojek). *Journal of Communication and Islamic Broadcasting* , 4(2), 697–702. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v6i2.4902>

Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>

Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 971(1), 0–6. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/971/1/012053>

Sari, S. A. (2017). *Analysis Of The Influence Of Website Quality To Customer's Loyalty On E-Commerce PERSEPSI KONSUMEN PADA MEMBERSHIP CARD TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Distributor Tupperware PT. Tapis Eka Mod* (Vol. 11, Issue 1).

Shalli, F. G. (2025). *Analisis Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Loyalty Aplikasi "X" Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening*. <https://repository.its.ac.id/117107/>

Sindonews. (2023). Ternyata ini alasan Elon Musk ganti nama Twitter jadi X, sudah tahu? Sindonews.'

- Siswantari, N. P. N. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Melati Gold Denpasar* [Universitas Mahasaraswati Denpasar]. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/1058>
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In Cv. Media Sains Indonesia (Issue January).
- Smith, T. A. (2020). The role of customer personality in satisfaction, attitude-to-brand and loyalty in mobile services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(2), 155–175. <https://doi.org/10.1108/SJME-06-2019-0036>
- Sosial, J., Wijayanti, I., & Kirana, R. (2025). *Dampak Rebranding Twitter Menjadi X terhadap Loyalitas Merek : Peran Mediasi Sikap Konsumen dan Moderasi Keunikan Merek*. 5(1), 97–107.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.323>
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Taufan, S., & Santoso, A. E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 10(02), 228–239. <https://doi.org/10.53008/kalbiscientia.v10i02.3148>
- Tifany, & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Persepsi dan Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Brani Lintas Samudera. *Journal of Management & Business*, 6(2), 216–230.
- Tirto.id. (2023, July 24). Kenapa Twitter ganti logo X dan apa artinya menurut Elon Musk. Tirto.id.
- Transaksi, M., & Di, E. S. (2024). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN:*

2686-620X Halaman 158-176. 7, 158–175.

Umah, F. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwarding di PT. Untung bersama Logistik Surabaya*. 103.

Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>

(Wibowo, 2025)Wibowo, A. (2025). *Analisis Data Kuantitatif Pakai SmartPLS: Dari Nol Jadi Pro!*

Yunani, A., Sakti, M. R. P., Pradana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality's Impacts on Satisfaction: A Case of Indonesian Train Service Customers. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 2091–2099. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>