

Daftar Pustaka

- Achmad. 1997. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bhakti.
- Anthony, W.P., Parrewe, P. L., dan Kacmar, K.M. 1999. *Strategic Human Resource Management*. Second Edition. Orlando: Harcourt Brace and Company.
- Cameron, Kim S., Robert E. Quinn. 1999. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Reading, Massachusetts: Addison Wesley.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. 1994. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*. London : Sage Publications.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. California: Sage Publication.
- Dowling, G. R. 1994. “*Corporate Reputations : Strategies for Developing the Corporate Brand*”, London.: Kogan Page,
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, : Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Fajar. 2009. Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu

- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Heri, Budianto. 2011. *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta.: Erlangga,
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Liliweri, Alo, 2001. *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Moh. Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Moilanen, Teemu & Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan.
- Ruslan, Rosady. 2011. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta :Rajawali Pers

Jurnal :

Daly,A. and D.Moloney.2004. “*Managing corporate rebranding*”, Irish Marketing Review, Vol. 17 Nos 1/2, pp.30-6.

Juntunen, Mari., Saila Saraniemi and Riitta Jussila. 2009. *Corporate re-branding as a proces*. 5th Thought Leaders International Conference on Brand Management, 6–7 April 2009, Athens, Greece.

Lomax, W. dan Mador, M. 2006. *Corporate Re-branding: From Normative Models To Knowledge Management.dalam Brand Management*. Vol(14) No. 1&2.hal 82-95.

Muzellec, Laurent; Lambkin, Mary. 2006. *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity*. European Journal of Marketing. Vol 40. No 7. Page 803-824.

Nurhandono Indra 2009. “*Strategi Komunikasi Rebranding Melalui IMC (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Pergantian Merek Quality Hotel Solo Menjadi The Sunan Hotel Solo)*”. <file:///D:/jurnal%20ceria/data%20jurnal/indo/INDRA%20NURHANDONO.pdf> diakses pada tanggal 27 januari 2018 pukul 19.30

Roslina. 2012 .*Persepsi Konsumen Terhadap Perubahan Logo (Studi Pada Bank Bni Dan Telkom)*. Jurnal FEB Universitas Lampung.(<file:///D:/jurnal%20>

[ceria/data%20jurnal/indo/bni%20dan%20telkom.pdf](#)) di akses pada tanggal
27januari 2018. 18.45

Wachid Fz, “Mengapa Harus Rebranding ?”, dalam [http://www.marketing.co.id/
mengapaharus-rebranding/](http://www.marketing.co.id/mengapaharus-rebranding/) diakses pada tanggal 28 November 2018