

## DAFTAR PUSTAKA

- AndiPate, A. A. (2015). *Paradigma Public Relations*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Ardianto, A. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (2007). *Public Relations*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Assali, I. M. (2017). The Effect of Rebranding in Firm Performance & Consumers' Perceptions. *International Journal of Engeneering & Technology (IJERT)*, 229-232.
- Azzahra, N., & Yuningsih, A. (2017). Strategi Marketing Public Relations PT. CMNC Rebranding Produk Jasa Travel Shuttle. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 395-400.
- Blazquez, M., Mattich, K., Henninger, E. C., & Helberger, E. (2019). The Effect Of Rebranding On Customer-Based Brand Equity. *International Journal of Business and Globalisation*, 90-109.
- Canfield, B. (2013). Humas Pemerintah. In Ardianto, *HUMAS PEMERINTAH* (p. 241). JAKARTA: CINEMA.
- Chalil, R. D., Sari, J. d., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand Islamic Branding & Rebranding*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Chan, A., & Eunike, F. (2019). PDC Corporate Rebranding Process To Be Custombandung. *Manajemen Bisnis*, 234-245.
- Chan, F., & Eunike, F. (2019). PDC Corporate Process To Be Custonbandung. *Manajemen Bisnis*, 234-245.
- Cutlip, M. S., Center, H. A., & Broom, M. G. (2006). *Efective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2005). *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Darmawan, I. R., & Ali, D. S. (2020). Strategi Rebranding PT. Dirgantara Indonesia Melalui Pesawat N219. *e-Peocceding Of Management*, 5164-5174.
- Erly, S. (2001). *Perencanaan Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fariskha, T. S. (2021). Peran Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dalam Dokumentasi Kegiatan Pemerintah Kota Bogor. *Institut Pertanian Bogor*.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gobe, M. (2005). *Paradigma Baru Untuk Menghungkan Merek dengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gustina, Y., Irfan, S., & Muchtar, K. (2018). Upaya Pemerintah Membentuk Citra Purwakarta Melalui Kearifan Lokal. *Ilmu Hubungan Masyarakat*, 97-104.
- Mulyana, D. (2006). *Metodo Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Laninnya)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noviardi, F., Rahmanto, N. A., & Slamet, Y. (2020). Logo Rebranding: Indonesia TAX Authority Public Relations Strategy In Farming Organizational Culture Image. *Pustaka Indonesia*, 30-45.
- Ooktarida, H. (2021, April Senin). *Digital Marketing, E-Commerce, Social Media*. Retrieved 13 Senin, 2022, from Marketing Online Indonesia: <https://marketingonline.id/aida/>
- Pace, R. W. (2006). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Renaja Rosdakarya.
- Pujilaksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Putritamara, Jaisy A., et al. "Rebranding Model of Dairy Cattle Agro Tourism in Malang Indonesia." *Technium Social Sciences Journal*, vol. 12, 2020, pp. 113-125.
- Protokol dan Komunikasi Pimpinan*. (2019). Retrieved 11 2021, from Setda Purwakarta: <https://setda.purwakartakab.go.id/>
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Humas & Media Komunikasii*. Jakarta: Kencana.
- Santoso, Y. P., & Toruan, R. M. (2018). Strategi Marketing Public Relations dalam Rebranding HSBC Indonesia Untuk Membentuk Brand Awarness. *Pustaka Indonesia*, 1-14.
- Sari, B. W. (2012). *Humas Pemerintahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Serdamayanti. (2014). *Manajemen Strategis*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiandy, Sherlyta, & Rohmatia. (2018). Strategi Rebranding E-Comerce Blanja.com Meningkatkan Brand Awarness Melalui Iklan Televisi. *Jurnal ISIP*, 29-43.
- Sihombing, H. L., Yuna, P. D., & Syifayantie, A. D. (2021). Interpretation of " Dear Me Beauty" Product Rebranding Twitter User Analysis. *Ilmu-Ilmu Sosial*, 72-80.

- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., et al. (2012). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiyati, Komalawati, E., & Rosma, A. (2019). Strategi Public Relations dalam Rebranding Bekasi Square Menjadi Revo Town. *Jurnal Lugas*, 110-118.
- Suprawanto. (2018). *Government Public Relations*. Jakarta: Prenamedia Group.