

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](https://www.pegadaian.co.id/laporan-kinerja/laporan-tahunan)

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