

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Meivira. (2022). “Uji validitas dan reliabilitas kuesioner penggunaan dan penyimpanan antibiotika di kecamatan ampenan validity and reliability test of questionnaire use and storage antibiotics drugs in ampenan,” *Arch. Pharm.*, Vol. 4, no. January, pp. 10–18, 2022.
- Al Ishaqi, A. A. Islam, M. A. (2021). Perancangan *Rebranding* Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya. *Jurnal Barik*. Vol. 2 (3), 1-15.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Andirani, F., Anandita, C. (2019). *Rebranding* Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. Vol. 2 (1), 93-104.
- Annur, C.M. (2023, Mei 31). *Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Capai 14,75 Juta per April 2023, Peringkat Keenam Dunia*. Diakses pada 30 September 2023 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1475-juta-per-april-2023-peringkat-keenam-dunia>
- Batara, H., Susilo, D. (2022). The Effect of Rebranding Lay’s to Customer Loyalty with Brand Image as A Mediation Variable. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 10 (2), 113-125, DOI: 10.30656/lontar.v10i2.4948
- Beise-Zee, R., & Wäfler, B. (2020). Rebranding a corporate spin-off: Can a new brand name inherit global brand reputation?. *Journal of Brand Strategy*, 10(1), 66–82.
- Creswell, J. W. 2012. *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Penerjemah: Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D. Sarkawi, A. Oktaviani, A. Priadi, and T. Khansa, “Analisis Pelayanan Prima Atas Kepuasan Konsumen Pada Apotek K24 Bambu Apus Jakarta Timur,” *Petir*, vol. 11, no. 2, pp. 125–147, 2018, doi: 10.33322/petir.v11i2.345.
- Duarte. F. (2023, November 20). *X (Formerly Twitter) User Age, Gender, & Demographic Stats (2024)*. Diakses 27 November 2023 melalui <https://explodingtopics.com/blog/x-user-stats>

Darmawan, A. R. I., Ali, D. S. F. (2020). Strategi *Rebranding* PT Dirgantara Indonesia melalui Pesawat N219. Vol. 7 (2), 5164-5174.

Dekanawati, V., Setiyantara, Y., Astriawati, N., Subekti, J., Kirana, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan. *Jurnal Saintek Maritim*, Vol. 23 (2), 159-176.

Fatikhyaid, Mohamad, et.al. 2019. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma)*. eJurnal Riset Manajemen.

Febriansyah. (2013). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Merek Pada PT Telkom tbk Di Bandar Lampung. *JMA*. Vol. 18 (2), 1-24.

Firmansyah, D., Dede. Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*. Vol. 1 (2), 85-114.

Handoyo, C.T., Johassan, D. M. R. Y. (2021). Pengelolaan Identitas Merek “Healthy Drink” Kokumi dalam Media Sosial Instagram.

Gultom, A. G., Haswanto, N. (2022). Kajian Tren Desain Minimalis pada Rebranding Logo Ikon Google Workspace dan Logo Microsoft Edge. *Journal of Graphic Design Studies*. Vol. 1 (1), 8-15.

Hendrayanti, S., Terini, U. (2021). *The Impact Of Brand Image, Brand Trust And Brand Awareness On Aqua Loyalty Brand*. *Jurnal Capital*. Vol. 3 (2), 116-133.

Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek Re-Branding Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus Rebranding Gojek). *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 9–20.

Ichsan, L. A., Mansoor, A. Z. (2022). BT Batik Trusmi Brand Identity Study. *Jurnal Pakarena*. Vol. 7 (2), 155-163.

Indihome. (2023, Agustus 15). *Kenapa Twitter Jadi X? Ini Alasan Elon Musk Ubah Logo Twitter!*. Diakses pada 30 September melalui <https://indihome.co.id/blog/kenapa-twitter-jadi-x-ini-alasan-elon-musk-ubah-logo-twitter>

- Indika, D. R. (2018). Analisis *Rebranding* untuk Membentuk *Favorable Brand Image* pada Radio Ply 99ers. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*. Vol. 15 (2), 121-135.
- J. Degenhard. (2023, Agustus 14). *Number of Twitter users in Indonesia from 2018 to 2027(in millions)*. 2020. Diakses pada 30 September 2023 melalui <https://www.statista.com/forecasts/1145550/twitter-users-in-indonesia>.
- Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Philadelphia: Kogan Page.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006). *Marketing Management Twelfth Edition*. Pearson.
- Kountur, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. PPM
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- L. Amanda, F. Yanuar, and D. Devianto, “Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang,” *J. Mat. UNAND*, vol. 8, no. 1, p. 179, 2019, doi: 10.25077/jmu.8.1.179-188.2019.
- Landhiani, J.N. (2023, Agustus 29). *Sebelum Diambil Alih Elon Musk, Inilah Jack Dorsey Sosok Founder Twitter*. Diakses pada 30 September 2023 melalui <https://www.trenasia.com/sebelum-diambil-alih-elon-musk-inilah-jack-dorsey-sosok-founder-twitter>
- Latoki, L., Nurapiah., Arief, H. M., Datumala, S. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Kartu Prabayar IM3 pada Pegawai Kantor Gubernur Sulawesi Tengah. *Jurnal Ekonomi Trend*. Vol. 7 (1), 1-11.
- Listiani., Wiwitan, T. (2019). Strategi Rebranding PT Kazee Digital Indonesia Studi Kasus Perusahaan Charm menjadi PT Kazee Digital Indonesia. Vol. 5 (2), 327-334.
- Mahesa, P. B.N., Irwansyah. (2022). Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Masyarakat Jaringan (Network Society). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2 (6), 843-856.

Marvellyn, C., Siagian, D. (2020). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha Motor.

Muhtar. (2023, April 04). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Diakses pada 28 November 2023 melalui <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/#:~:text=Salah%20satu%20pemain%20lama%20yang.penggunanya%20mencapai%2060%2C2%20persen.>

Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). Corporate Rebranding - An Exploratory Review. *Irish Studies Review*, 16(2), 191–199. <https://doi.org/10.1080/0967088042000228950>

Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity? *European Journal of Marketing*, 40(7–8), 803–824. <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>

Oktiani, A., Khadafy, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan C’bezt Friedchicken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Vol. 1 (2), 269-282.

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population study. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227–232.

Permana, D.S., Juwita, I. (2020). Hubungan antara *Rebranding* Gojek dengan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*. Vol. 6 (1).

Prasetyo, B. D. dan N. S. Febriani. 2020. *Strategi Branding*. Malang. UB Press.

Pratama, A. R., Widiasanty, G. (2023). Pengaruh Rebranding Gojek terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Communication Management*. Vol. 3 (3), 910-908.

Pratama., M. I. (2015). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi pada Nasabah (Studi Pengaruh Perubahan Nama, Logo, Slogan dan Frontliner

Terhadap Citra Bank Jambi pada Nasabah Kantor Cabang Utama). *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol. 3 (2), 140-147.

Pratama, S. A., Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 11 (1) 38-47.

Prawira, A. A. N. D. N., Setiawan, P. Y. Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 10 (12), 1305-1324.

Prayoga, A. Suseno, E. (2020). The Positive Impact of Rebranding to Increasing Consumer loyalty with Brand Image as the Mediating Variable. *International Journal of Social Science and Business*. Vol. 4 (4), 561-569.

Puri, N., Eric A., Coomes, Hourmazd Haghbayan & Keith Gunaratne. (2020) Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases, *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 16:11, 2586-2593, DOI: 10.1080/21645515.2020.1780846

Puspita, R. N. (2018). Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1).

Rahmawati., Ma'ruf. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty Minute Maid Pulpy Orange* Di Kota Padang'. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 22 (2), 109–118.

Rasputri. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Fuji Xerox. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 7.

Rifa'i. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Universitas Jember.

Rochmani, D., Sumarah, N. (2021). Rebranding Implementation dari Perumahan Istana Candi Mas Regency Menjadi Citra Cemerlang Residence Sebagai Model Public Relations. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol. 1 (2), 45-55

Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi pada Sosial Media. Vol. 2 (1), 29-42.

Sari, I. S., Sueb. (2020). Hubungan Antara Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Pola Pikir Masyarakat Di Desa Kampung Sawah Kabupaten Bangkalan Madura. *Jurnal Psikologi Jambi*. Vol. 5 (1), 12-20.

Setiawan, C.K., Yosepha, S.Y. (2020). Pengaruh Green Marketing dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Indonesia. (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 10 (1),

Shen, H.-h., & Lin, C.-h. (2021). *Evaluation for Rebranding: The Impact of Logo Change on Brand Attitude and Brand Loyalty*. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 8(1), 17-33.  
<https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2021.1384>

Sari, M. S., Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 21 (3), 308-316.

Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R. (2022). Loyalitas Merek Milo Ditinjau dari Kualitas Produk dan *Brand Image*. *Jurnal Simki Economic*, 5 (2), 155-164.

Sudariyanti, N. (2023). *Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Identity*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.  
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/99835/KOMUNIKASI-PEMASARAN-DALAM-MEMBANGUN-BRAND-IDENTITY>

Sudarti, K., & Dila, D. Z. M. (2020). Model Pembentukan Brand Loyalty Melalui Rebranding Dan Rational Appeals. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 12–25.

Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Suriani, N., Risnita., Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 1 (2), 24-36.

Suwarno., Siahaan, M., Nadhia, A. P. (2023). *Analysis of Rebranding the X Application on User Loyalty in Batam City*. Jurnal Ilmiah Komunikasi. Vol. 22 (22), 369-379.

Tirtopangarsa, A.P., Maharani, W. (2021). Sentiment Analysis of Depression Detection on Twitter Social Media Users Using the K-Nearest Neighbor Method. 247-258.

Utami, Y., Rasmana, P. M., Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *SAINTEK (Jurnal Sains dan Teknologi)*. Vol. 4 (2), 21-24.

W. P. Ali, Y. Sibaroni, and S. Si, “Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Kinerja Presiden Indonesia dalam Aspek Ekonomi, Kesehatan, dan Pembangunan Berdasarkan Opini dari Twitter,” e-Proceeding Eng., vol. 6, no. 2, pp. 8637–8649, 2019.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 7 (1), 2896-2910.

Winata, D. H., Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Rebranding terhadap Loyalitas dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi pada PO Sugeng Rahayu). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol. 7 (2), 327-333.