

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. J., & Aulia, A. (2023). *Peningkatan fitur keamanan aplikasi ojek online indrive*. <https://www.viva.co.id/bisnis/1590708-cegah-kenaikan-harga-tak-beralasan-begini-strategi-indrive?page=all>
- Andirani F, Anandita C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam Meningkatkan Citra. *J Pustaka Komun*. 2019;2(1):93-104.
- Anjursari, A., Setiyani, L., & Riono, S. B. (2023). The influence of Rebranding, Product Quality, Information Quality and Relationship Marketing on the Brand Image of Glow and Lovely Products at the Azkiya Cosmetics Store. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 94–106.
- Apriliana, Sukaris. (2022). Analisa Kualitas Layanan pada Cv. Singoyudho Nusantara. *J Maneksi*. 2022;11(2):498-504. doi:10.31959/jm.v11i2.1246
- Arianto A et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Arianty N, Andira A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio J Ilm Magister Manaj*. 4(1):39-50. doi:10.30596/maneggio.v4i1.6766
- Burhanuddin RA et al. (2023). Rebranding Bank KB Bukopin dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *J Wata Dharmawangsa*. 17:1216-1232.
- Caratri, E. (2024). *Teknologi dan Digitalisasi Transportasi: Mendorong Revolusi Mobilitas di Indonesia*.  
<https://www.beritadaerah.co.id/index.php/2024/08/23/teknologi-dan-digitalisasi-transportasi-mendorong-revolusi-mobilitas-di-indonesia/>
- Databoks.katadata.co.id. (2022). *Survei: Paling Sering Pakai Gojek, Bagaimana Grab, Maxim, dan InDriver?* <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/29efc5cad45a40e/survei-publik-jabodetabek-paling-sering-pakai-gojek-bagaimana-grab-maxim-dan-indriver>
- Deby, et al. (2021). *BRAND MARKETING*.  
[https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_b80df6f70880dee96a854a99cd2b4f1ceb15b4d6\\_1681049851.pdf](https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_b80df6f70880dee96a854a99cd2b4f1ceb15b4d6_1681049851.pdf)
- Erchikka YNT, Hidayat R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Gojek di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manaj dan Sains)*. 7(2):1070. doi:10.33087/jmas.v7i2.584
- Fajarani B, Susilowati L. (2022). Effect of Rebranding and Product Quality on Brand Image at Extracurricular PT. One Roof Surabaya. *Balanc J Ekon*. 18(2):183-189. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb>
- Fatihudin D, Firmansyah A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Dee Publish
- Fauzy A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Ferdiana FA et al. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *J Manaj Pendidik Dan Ilmu Sos*. 3(1):30-42. doi:10.38035/jmpis.v3i1.840

- Hardani et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Hartuti ETK, Basit A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hairnerds Professional Pada CV. Hairnerds Group di Jakarta Barat. *J Tadbir Perad.* 2(3):234-240. doi:10.55182/jtp.v2i3.195
- Malinda P. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa J&T Express Kota Banda Aceh. Skripsi. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Masili V et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding.* 3(4):10-17. doi:10.59134/prosidng.v3i.288
- Mauladdawil T, Nugroho RH. (2023). The Effect Of Experiential Marketing And Service Quality On Repurchase Intention With Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study Of Lazada Application Users In Surabaya) Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat

- Manag Stud Entrep J. 4(4):3152-3161. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mulyani SR. (2021). Metodologi Penelitian. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Musyawah YI, Idayanti D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecast J Ilm Ilmu Manaj.* 1(1):1-13.
- Mutia A. (2022). Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Natalia V, Erdiansyah R. (2020). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan terhadap Brand Image GOJEK. *J Prologia.* 4(2):221. doi:10.24912/pr.v4i2.6481
- Negeriku PJP. (2023). Tingkatkan Pelayanan, inDrive Berkomitmen Prioritaskan Aspek Keselamatan. <https://www.jpnn.com/>.
- Nursyirwan VI et al. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *J PkM Pengabdian Kpd Masy.* 3(2):238. doi:10.30998/jurnalpkm.v3i2.5077
- Pantjoro, A. (2020). The Effect of Service Quality in the Formation of Brand Image: Fitness Center in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding,* 7(11), 119. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i11.2144>
- Pasaribu BS et al. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis. Tangerang: Media Edu Pustaka
- Poluan NAE, Kurniawati D. (2020). Pengaruh Rebranding “Linkaja” Terhadap Brand Image Produk Pada Pengguna Telkomsel di Kota Medan. *Talent Conf Ser Local Wisdom, Soc Arts.* 3(1). doi:10.32734/lwsa.v3i1.806
- Pratama SA, Permatasari RI. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *J Ilm M-Progress.* 11(1):38-47. doi:10.35968/m-pu.v11i1.600
- Pradnyana IBP, Suryanata IG. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manaj Univ Udayana.* 10(1):82. doi:10.24843/ejmunud.2021.v10.i01.p05
- Rahim R et al. (2021). Metode Kuantitatif (Teori dan Praktik). Tasikmalaya: Rumah Cemerlang Indonesia
- Roosandianto L, Purwanto S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kopi Dan Terhadap Brand Image 45 Graha Coffee Shop Sidoarjo. *Dialektika J Ekon dan Ilmu Sos.* 6(2):1-10. doi:10.36636/dialektika.v6i2.746
- Sahir SH. (2021). Metodologi Penelitian. Jogjakarta: Karya Bakti Makmur Indonesia
- Sari, C.W. (2019). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan terhadap Citra Merek (Studi pada Pelanggan Majelis Mie Cabang Citarum, Surabaya). *J Ilmu Manaj.* 2019;7.
- Setyawan DA. (2021). Modul Hipotesis Dan Variabel Penelitian. Sukoharjo: Tahta Media
- Shonata ID et al. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Food Ang Beverages Yang Terdaftar Di

- Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *J Ilm Ekon Sains*. 1 nomor 2(2963-9433):1-4pengaruh.
- Soemadi RA. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Home Delivery. *J Ekon dan Manaj*. 20(2):189-197.
- Widodo S et al. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian. PangkalPinang: CV Science Techno Direct
- Wirakanda GG, Agustina N. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Aplikasi Pos Giro Mobile (Studi Kasus Pengguna Pos Giro Mobile Di Kabupaten Pandeglang Banten). *J Bisnis dan Pemasar*. 12(1):1-15.
- Wulan Sari, C. (2019). PENGARUH REBRANDING DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK (Studi pada Pelanggan Majelis Mie Cabang Citarum, Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 453–460.
- Yudhistira D. (2020). Kualitas Pelayanan Kantor Area Pegadaian Kota Pontianak. *J Ilmu Adm Negara*. (3)
- Zikri A, Harahap MI. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *J Ilmu Komputer, Ekon dan Manaj*. (1):129-138.