

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., and Joachimsthaler, E. (2000). Brand leadership. New York: The Free Press.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=JhaykJWgDUC&oi=fnd&pg=PT11&dq=\(Aaker,+D.,+and+Joachimsthaler,+E.,+\(2000\).+Brand+leadership.+New+York;+The+Free+Press\).&ots=yGPAKSe8VZ&sig=p66VvdPDpJTAiTIdxggOncAndDQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=JhaykJWgDUC&oi=fnd&pg=PT11&dq=(Aaker,+D.,+and+Joachimsthaler,+E.,+(2000).+Brand+leadership.+New+York;+The+Free+Press).&ots=yGPAKSe8VZ&sig=p66VvdPDpJTAiTIdxggOncAndDQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Aruan, L. S., Yohana, C., & Yusuf, M. (n.d.). Peran Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.
<http://repository.fe.unj.ac.id/>.
<http://repository.fe.unj.ac.id/10253/9/JURNAL%20%2837%29.pdf>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. Jurnal Manajemen, 11(2) 1-8
- Bulu, Y. (2018:3). Fonologi Bahasa Wewewa di Desa Weekombaka, Kecamatan Wewewa Barat, Sumba Barat Daya, NTT: Sebuah Kajian Awal. Skripsi. STKIP Weetebula. <http://repository.unika-weetebula.ac.id/id/eprint/31/>
- D, S. (2021). eprints.umpo.ac.id.
<https://eprints.umpo.ac.id/8516/3/BAB%20II.pdf>
- Diarta, I., Lestari, P., & Dewi, I. (2016). Strategi Branding Dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management), 4(2), 170–187.
- Devianty, R. (2017). Bahasa sebagai cermin kebudayaan. Jurnal tarbiyah, 24(2).
<https://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/tarbiyah/article/view/167>

- Evelina, H. T., Damanik, N. A., Alfani, R., Syahputra, R., & Audina, F. (2024, MAY 31). Fonetik Fonemik Dan Grafemis. *MULTIPLE JOURNAL of GLOBAL and MULTIDISCIPLINARY*, 2(5). <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/download/366/252/1239>
- Fitrah & Luthfiah (2017) Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus cv Jejak
- HILARY, D. (n.d.). STRATEGI REBRANDING PT POS INDONESIA MENJADI PosIND. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka.https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/214711/strategi-rebranding-pt-pos-indonesia-menjadi-posind-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.html>
- Hikmah, I. (2017, November 28). Jangan Sampai Salah. Ini Cara Mengucapkan Brand Terkenal dengan Benar. cewekbanget.grid.id.https://cewekbanget.grid.id/read/06870982/jangan-sampai-salah-ini-cara-mengucapkan-brand-terkenal-dengan-benar
- Isyana,Riza Rizki, (2015) Strategi Pemasaran Melalui Rebranding (Studi Kasus Rebranding Piring Putih Menjadi Redberries Food And Folks Dalam Meningkatkan Penjualan). Skripsi Thesis, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/18695/>
- Kotler, Philip ; Lane Kevin. *Manajemen Pemasaran Jilid.1 : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian / Philip Kotler ; Penerjemah: Jaka Wasana ; Editor: Crisanti Hasibuan, Rizal Hutauruk*.1988
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran: analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta : Erlangga. https://digilib.ukwk.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1137&keywords=
- Muhammad, Zulham (2020) Analisis Biaya Operasional Atas Konsumsi Bahan Bakar Alat Berat Berdasarkan Volume Muatan (Survei dilakukan di PT.

Kereta Api Logistik). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/1460/>

Nugroho, L. H., Sari, W., & Santoso, W. J. (2022). Analisis Pelafalan Bunyi Merek Produk Berbahasa Prancis Pada Mahasiswa Sastra Prancis Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmu Budaya*, 10(2), 103-113. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jib/article/view/22036>

(n.d.). repository.widyatama.ac.id. <https://repository.widyatama.ac.id/server/api/core/bitstreams/009bf707-b90d-426d-973d-86a4260fe9a4/content>

Permana, D. C. (n.d.). Strategi IMC Dalam Proses Rebranding Filantra Untuk Membentuk Brand Image Konsultan CSR. *Scribd*, 37-40. <https://www.scribd.com/document/504482926/23f26dec05640d5a5d7220a5c72c4d61>

Pienrasmi & Nur 2021. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Industri Fashion Brand Denim Lokal Di Bandar Lampung. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 5 No. 1.

Prof. Dr. Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedua Cetakan Ke-5 ed.). ALFABETA, cv

Rahmadhani & Lubis 2017. Strategi Branding Portal Online Wwww.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *Jom Fisip*. Vol. 4 No. 1 <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/12762>

Rozali, Y. A. (2022, January). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. In *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19, p. 68). <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/5070>

Sadat, A. M. (2009). *Brand belief: Strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

- Safitri, D. (2024). Perancangan Brand Identity “Cerita Di United Tractors” Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Universitas Pendidikan Indonesia. repository.upi.edu. <https://repository.upi.edu/115039/>
- Samosir, S. L. (2023, April 30). *Tupperware Gulung Tikar, Gagal Beradaptasi Hingga Gagal Branding*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tupperware-gulung-tikar-gagal-beradaptasi-hingga-gagal-branding>
- Setiawan, D. (2021). Analisis Strategi Branding Desa Wisata Gunungsari Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun Dalam Mewujudkan Kampung Budaya <https://eprints.umpo.ac.id/8516/>
- SINDHUNATA, K. K. S. (2023). *PENGARUH PERUBAHAN LOGO SCU TERHADAP BRAND IMAGE UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA*. Unika Repository. <https://repository.unika.ac.id/https://repository.unika.ac.id/35351/>
- Surya Diarta, I. K., Lestari, P. W., & Citra Dewi, I. A. P. (2020, October). Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4. Berbasis Budaya Jawa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo). [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/27852-1-54192-1-10-20170131%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/27852-1-54192-1-10-20170131%20(1).pdf)
- Soegijapranata Catholic University. (2024). Identitas Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. unika.ac.id. <https://www.unika.ac.id/identitas/>
- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. Wati, AP et al.(2020). Digital Marketing. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019) Imprint PT. Literindo Berkah Karya. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Tjhin, S., Matahari, T., Arsyadi, R., Wahyuni, M. J. R. B., & Harditya, A. (2021). Strategi Branding: Peran Media Sosial dalam Memajukan Perekonomian

Masyarakat Melalui UKM. Journal of Community Services: Sustainability and Empowerment, 1(01), 21-33.
<https://ojs.sampoernauniversity.ac.id/index.php/JCSSE/article/view/166>

UNIVERSITAS STEKOM | STIE STEKOM. (n.d.). Bahasa di Britania Raya. Ensiklopedia Dunia.
[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Bahasa di Britania Raya](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Bahasa%20di%20Britania%20Raya)

Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. (2016). Indonesia, Pemerintah Pusat.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>

Vikha, S. (2018, July 05). Awas Keliru, Begini Cara Pengucapan 25 Nama Brand Terkenal yang Benar. <https://www.idntimes.com/>.
<https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/awas-keliru-begini-cara-pengucapan-25-nama-brand-terkenal-yang-benar-01-stft2-yphjnz>

Wulandari, D. (2017, May 3). Pasca Re-Branding, Bagaimana Strategi AQUA Japan di 2017? MIX Marketing Communication.
<https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/branding/strategi-komunikasi-aqua-japan-pasca-rebranding-dari-sanyo>