

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 1991, *Managing Brand Equity – Capitalizing on the value of a Brand Name*, New York: Th Free Press
- Aprimita, Yossie. (2012). Pengaruh Co-branding Terhadap Brand equity (*Study Kasus Pada Produk Speedy Flash di Kota Bandung Maret 2011 – Januari 2012*).
- Anjani, Alexander, Alvi & Jaelani, Evan. (2019). *Pengaruh Reranding Aplikasi Mandiri Online Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Aplikasi Madiri Online Nasabah KCU Bank Mandiri Bandung Surapati*. Bandung
- Buana, Dwinto Martri Aji. (2009). Pengaruh Co-Branding terhadap Brand Equity (*Study Kasus Pada PT Bank Muamalat Indonesia*).
- Collange Veronique, Adrien Bonache. 2015 *Overcoming resistance to product Rebranding*, Journal of product & Brand Managemen, Vol 24 Iss 6 p. 621 -632
- Eveylin, Chynthia. (2016). *Strategi brand Repositioning Dalam Meningkatkan Citra Merk LE'PARADIS*. Surabaya.
- Farquhar, P.H. 1989. Managing brand equity. *Marketing Research* 1(3): 24-33
- Goi, CL., Goi, MT., 2011. *Review on Models and Reasons of Rebranding, International Conference on Social Science and Humanity*, Vol.5, Singapore.
- Jaya, Randi Surya, dan Susanti, Febri. (2017). *Pegaruh integrated marketing communication terhadap brand equity pada mcdonalds a.yani padang*. Padang. Sekolah Tinggi Ilmu Eknomi “KBP”.
- Kotler Philip. 2012. *Marketing Management An Asian.*, 16 edition, Person
- Merrilees Bill, Dale Miller. 2008., *Principles of corporate rebranding*,

Eueropean Journal of Marketing, Vol. 42 Iss 5/6 pp. 537-552

- Kartajaya, Hermawan et al. (2010). *Positioning, Differentiation, and Brand*
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lene Keller. (2012). *Principle of Marketing. Global Edition, 14th Edition, USA: Pearson Education Limited.*
- Kotler, Philip. dan Gary Amstrong (2011). *Marketing An Introduction Tenth Edition.* New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid Satu, Edisi Ketiga Belas, Penerbit Erlangga.
- Kotler and Keller, 2016. *Marketing Management, Global Edition,* Pearson.
- Mutmainah, Asrini. (2016). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Equity Bank BJB. (Studi Kasus Penilaian Nasabah Terhadap Bank BJB Cabang Bojong Bandung).*
- Muzellec, L., Doogan, M. and Lambkin, M.. 2003. Corporate rebranding: an exploratory review, *Irish Marketing Review*, Vol. 16 No. 2, pp. 31-40.
- Michael, Adiwijaya. 2007 . *Analisa Reposisi Strategi Merek Dalam Persaingan Pasar. Jurnal Management Pemasaran.* Vol 2 No 2, pp 66-72.
- Muzzellec, Laurent and Mary Lambkin. (2006). *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring, or Creating Brand Equity?.* Dublin: Emerald Insight.
- Putri, F. A., Sumartias, S., & Sjoraida, D. F. 2018. Proses *Rebranding* Mal Grand Indonesia Oleh Departemen Marketing Communication PT Grand Indonesia. *PROfesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 2(2), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v2i2.9063>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: CV. Alfabeta

- Shin, Y . & Cha, K.C. 2013. *Brand Revatilation by Strategic Repositioning : A Case Study of Koranso Sport*. Asia Marketing Journal, 14(4): 1-22
- Swasty, W. (2016). Branding (Nita Ed. Pertama ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Andi Publisher.
- Tjiptono, F., Gregorius Chandra. (2012). Service, Quality Satisfaction. Edisi 2, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., Gregorius Chandra, Dadi Adriana. (2013). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- Teh, Goi Mei. 2009. *Rebranding and Impact Toward Brand Equity*. Kuala Lumpur: Kuala Lumpur Infrastructure University College.
- Utari, Rini. (2016). *Pengaruh Kinerja Repositioning terhadap Brand Equity (Survei Pada Konsumen Pengguna Sabun Mandi Cair Lux di Griya Koplo Permai)*. Bandung Vol ume 1, Number 1.
- Wardani, Triya, dan Wibowo, Sampurno. (2017). *Pengaruh rebranding terhadap brand image pada indosat ooredoo (studi pada pengguna im3 ooredoo di kota bandung) the influence of rebranding toward brand image of indosat ooredoo (study on im3 ooredoo users in bandung city)* Bandung Vol.4, No.1 April 2017.
- Zahid, Sundus dan Naintara Sarfaraz Raja. (2014). *Effect of Rebranding dan Repositioning on Brand Equity Considering Brand Loyalty as a Mediating Variable*. Iosr Journal Of Businnes And Mnagement.

Sumber Internet

<https://nextren.grid.id/read/011876386/gojek-masuk-daftar-10-besar-aplikasi-transportasi-online-terlaris?page=all>. (di akses pada tanggal 21 November 2019)

<https://economy.okezone.com/read/2019/07/11/320/2077413/hasil-riset-gojek-jadi-e-commerce-yang-paling-diminati>. (diakses pada tanggal 21 November 2019)

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4634723/berevolusi-gojek-yang-dulu-bukanlah-gojek-yang-sekarang> (diakses pada tanggal 21 November 2019)

www.OkeZone.com (diakses pada tanggal 28 November 2019)

<https://m.bisnis.com/amp/read/20190829/98/1141953/jumlah-pengguna-aktif-gojek-di-indonesia-setara-dengan-aplikasi-ride-sharing-terbesar-dunia>

(diakses pada tanggal 28 Desember 2019)

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190829/98/1141953/jumlah-pengguna-aktif-gojek-di-indonesia-setara-dengan-aplikasi-ride-sharing-terbesar-dunia>

