DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Anggoro, Linggar. (2000). *Teori & Persepsi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta:Bumi Aksara

AR.Bulaeng, (2003). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta:Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

Ardianto, Elvinaro. (2013). *Handbook Of PR*. Bandung:Simbiosa Rekatama Media

Bungin, Burhan., (2001). *Metode Penelitian Sosial Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya:Airlangga University Press

Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif , Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Bungin, Burhan., (2009). *Sosiologi Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bandung:PT.Raja Grafindo Persada

Effendy Uchjana, Onong. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung:Citra Aditya Bakti

Elvinaro, Ardianto. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung:Simbiosa Rekatama Media

Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta:Erlangga

K.Yin, Robert. (2014). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta : PT Raja Grafindo Husada

Kertajaya, Hermawan (2007). *Herwaman Kertajaya on brand*. Bandung : PT Mizan Pustaka

Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi.* Jakarta:PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)

Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Edisi Milenium Prenhalido

Kotler, Philip.(2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2, Jakarta:Indeks Media Gramedia.

Kotler,Philip.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta:Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2010). *Principles of Marketing. Pearson Education, Inc. Upper Saddle River,* New Jearsey.

Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy.(2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni (2011). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta:Bumi Aksara

Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama

Pawitra, Teddy. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : PT. LKIS

Prisgunanto, Ilham (2006). *Komunikasi Pemasaran:Strategi dan Taktik*. Bogor:Ghalia Indonesia

Rakhmat, Jalaludin (2003). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rangkuti, Freddy.(2004*). The Power of Brands*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,

Sugiyono, (2010). *Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung :Alfabeta

Sulaksana, Uyung. (2003). *Intergrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar

Tjiptono, Fandy. (2005*). Brand Management & Strategy*. Yogyakarta:Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strartegi Pemasaran*. *Edisi 4.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Umar, Husein. (2002). *Metode Penelitian, dalam aplikasi pemasaran*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama

Wayne Pace, Don F. Faulos, (2006). *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan* (editor Deddy Mulyana, MA, Ph.D.), Bandung:PT Remaja Rosdakarya

Wursanto, 2007. Dasar-Dasar Ilmu Organisasi. Yogyakarta : Andi

Zweig, Mark. (2012). *Bold Brand*. United States:Z Squared Media LLC

B. *Journal International*

Liu, S.W dan Tang, Esther. (2009). *Factors Influencing Effective Rebranding Strategy. Jurnal ANZMAC*. Hal. 1-8.

Muzellec, L, L, Doogan, M, dan Lambkin, M. (2003). *Corporate rebranding – an exploratory review, Irish Marketing Review*, Vol. 16.

Muzellec, L, dan Lambkin, M. (2006). *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or creating Brand Equity? European Journal of Marketing*, Vol. 40, No. 7/8.

Muzellec., Lambkin (2008). *Rebranding in the banking industry following mergers and acquisitions*. Ireland: Dublin City University

C. Internet Searching

http://elib.unikom.ac.id, diakses pada tanggal 02 maret 2016, pukul 19.45 WIB

http://indosatooredoo.com, diakses pada tanggal 02 maret 2016, pukul 17.08 WIB

http://lib.ui.ac.id, diakses pada tanggal 06 maret 2016, pukul 17.35 WIB

http://marketing.com, diakses pada tanggal 06 maret 2016, pukul 13.50 WIB

http://repository.widyatama.ac.id, diakses pada tanggal 17 maret 2016, pukul 19.45 WIB

http://repository.unisba.ac.id, diakses pada tanggal 17 maret 2016, pukul 21.45 WIB

D. Karya Ilmiah

Finka Tashyana "*Strategi Marketing Communication Amaroossa Hotel Bandung dalam Membangun Citra Hotel di Kalangan Konsumen*" dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Konsentrasi Humas, Universitas Komputer Indonesia pada tahun 2015

Eppstian Syah As'ari, "*Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Merintis Bisnis Online Undangan Pernikahan (Studi Kasus Bisnis Undangan Pernikahan Online Kartun Vidiyan.com)"* dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Pasca Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia pada tahun 2012.

Caca Andika, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Yayasan Dompet Sosial Ash Â– Sofwah dalam Menggali Dana Sosial*", dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Public Relations, Universitas Padjajaran pada tahun 2014.

Finky Vuspa, "*Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Indonesia Kantor Perwakilan Dalam Negeri Wilayah VI Jabar Banten dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan*", dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Universitas Komputer Indonesia pada tahun 2015