

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press, New York.
- Angipora, M.P . 2003, *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Barlian, E. 2016, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang : Sukabina Press.
- Bill, M. and Miller D. 2008, *Principles of Corporate Rebranding, European Journal of Marketing, Vol. 42, 537 - 552*.
- BPS. 2018, *Statistik Kopi Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Carolina, M. W., Listia, N. & Rika, F. 2018, *Perancangan Rebranding dan Promosi UKM Rajut Flamboyan, 1 – 8*.
- Carter, D. E. 2003, *The Big Book Of Logos*. Harper Design.
- Carter, D. E. 2005, *Logos Redesigned: How 200 Companies Successfully Changed Their Image*. Harper Design.
- Cenadi, C. 2000, *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*. Vol 2, No. 2.
- Rangkuti, F. 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perancangan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghodeswar, B.M. 2008, *Building Brand Identity In Competitive Markets: A Conceptual Model, Journal of Product & Brand Management, Vol.17*.
- Gunawan, I. 2013, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta ; Bumi Aksara.
- Hafidhoh, H. 2015, *Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Branding Terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Jamu Bu Herlin di Kabupaten Semarang, 27 – 28*.

- Halim, B., Diah, D., Ritzky, K. M. R. & Brahmana. 2014, *Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota*, 1 – 11.
- Hellier., Philip, K., Geursen, Gus, M., Carr., Rodney, A. & Rickard. *Et al.* 2003, *Customer Repurchase Intention A General Structural Equation model*. European Journal Of Marketing.
- Hendry, R. A. 2011, *Perancangan Strategi Kreatif Re-Branding Solopuccino Coffee n Tea Surakarta*, 8-29.
- Fahmi, I. 2013, *Manajemen Strategis*. Bandung : Alfabeta, 251 – 254.
- Keller, K. L. 2013, *Strategic Brand Management 4th Edition*. USA: Pearson Education.
- Kotler, P., and Pfoertsch, W. 2006,. *In B2B Brand Management*. PT Bhuana Ilmu Populer: Jakarta.
- Moleong. 2016, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mundiyah, A., Septiadi, D., Sharfina, N., Wirastika, N. M. & Zeamita, N. M. 2020, *Rebranding Produk Keripik jamur Tiram Untuk Peningkatan Penjualan Pada UMKM Sporamushroom*, 77- 83.
- Nawawi, H. & Martini, H. 1992, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Resmi, N. & Wismiarsi, T. 2015, *Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik*, 3.
- Oscario, A. 2013, *Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand*. Vol 4, No. 1.
- Rachmat. 2014, *Manajemen Strategik*. Pustaka Setia: Bandung.

- Rachmawati, I. N. 2007, *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*. Vol 11, No.1.
- Setiawan, R. 2013, *Redesain Logo dan Aplikasinya Dalam Corporate Identity “UD. Kreasi Gemilang*, 34, 36.
- Rahardjo, M. 2011, *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*.
- Rahayu & Riris, M. 2017, *Membangun Brand awareness Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, 226 – 243.
- Rahmi., Purwati., Ula, M. & Vinanda, K. D. P. 2014, *Policy Network Strategy Sebagai Upaya Penguatan Branding Produk-Produk UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*, 13 – 18.
- Susanto. & Himawan, W. 2004, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Pustaka.
- Wheeler, A. 2009, *Designing Brand Identity*, Vol.3 Hoboken, New Jersey.