

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Putra Wicaksono, “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha Dan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Pelaku Umkm Di Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun.,” *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 2021.
- [2] Suparyanto dan Rosad (2015, “Jurnal REBRANDING,” *Suparyanto dan Rosad (2015*, vol. 5, no. 3, pp. 248–253, 2020.
- [3] Zulkarnain, “Perusahaan biasanya menggunakan brand ambassador yang berasal dari orang-orang yang telah banyak dikenal oleh khalayak masyarakat seperti actor dan public figure,” 2018.
- [4] V. F. Purnama, D. D. Hartanto, and M. Sylvia, “Perancangan Rebranding UMKM Keripik Tempe Reza,” *J. DKV Adiwarna*, pp. 18–23, 2019, [Online]. Available: <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/8589>
- [5] A. Wong, Wibowo, and R. Febriani, “Perancangan Rebranding Martabak Terang Bulan ”Marter Club” di Surabaya,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 8, no. 10, pp. 1–11, 2016.
- [6] I. S. Wibowo, “Perancangan Rebranding Bakpia ‘ Balong ’ Sumber Rejeki Solo,” pp. 1–10.
- [7] L. Hanim, *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*, Cetakan Pe. UNISSULA PRESS, 2018. [Online]. Available: http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM_dan_Bentuk_-_Bentuk_Usaha.pdf
- [8] A. H. P. Kusuma *et al.*, *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*, no. February 2021. Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [9] O. Fitriana and N. Utami, *Buku ajar strategi promosi penjualan*. Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017. [Online]. Available: <https://book.asia/book/5686392/1c6357>
- [10] B. Agustin, “Rebranding Grand Royal Panghegar Hotel Bandung Untuk

Mempertahankan Citra dikalangan Pelanggan,” pp. 1–23, 2016.

[11] S. M. Janosik, “Metode Penelitian,” *NASPA J.*, vol. 42, no. 4, p. 1, 2005.

[12] A. Gide, “Tinjauan teoritis,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 5–24, 1967.