

DAFTAR PUSTAKA

- Harjanto,Rudy,2009, *Prinsip-Prinsip Periklanan*, Jakarta, PT Gramedia Jakarta
- John E. Kennedy, R. Dermawan Soemanagara, 2006, *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*, Jakarta, PT Bhuana Ilmu Populer
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Surianto, 2009, *Mendesain Logo*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Jean-Noel Kapferer, 2000, *Strategic Brand Management*. India : New Delhi Kogan Page
- Abdulaziz, Saleh, Alshebil, 2007, *Consumer Perception of Rebranding The Case of LogoChanges*
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi Offset
- Daly, A. and Moloney, D. 2004, *Managing Corporate Rebranding, Irish Marketing Review, Vol. 17*
- <http://www.ahlikesain.com/desain-grafis-layout.html> (diakses pada tanggal 18 Februari 2014, jam 21.20)
- <http://singcat.com/corporate-identity-dan-Fungsi-Standar-Manual-Logo.html>
(diakses pada tanggal 21 Februari 2014, jam 18.35)
- <http://angklungudjo.wordpress.com> (diakses pada tanggal 21 Februari 2014, jam 22.37)
- <http://www.angklung-udjo.co.id/id/media/promo/> (diakses pada tanggal 21 Februari 2014, jam 22.37)

https://www.academia.edu/4060441/Pengaruh_Perubahan_Elemen_Fisik_Brand_terhadap_Citra_Merek_Studi_pada_Konsumen_PT._Citilink_Indonesia_.Tbk_

(diunduh pada tanggal 21 Februari 2014, jam 00.18)

<http://www.kemendag.go.id> (diakses pada tanggal 23 Maret 2014 , jam 23:15)

<http://www.parekraf.go.id> (diakses pada tanggal 21 Maret 2014 , jam 19:02)