

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Koetler, Philip dan Waldemar Pfoertsch. 2006. B2B Brand Management.
Terjemahan oleh Natalia Ruth Sihandrini. Jakarta, Indonesia: PT. Bhuana
Ilmu Populer
- Morissan, M.A. 2012. Periklanan: *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. KENCANA
- Morissan, M.A. 2014. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Indonesia.
Prednada Media Group
- Neumeier, Marty. 2003. The Brand Gap. USA : AIGA
- Rustan, Surianto. 2009. Mendesain LOGO, Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utara
- Saladin, Djaslim. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung
Indonesia : CV. Linda Karya
- Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis. Perencanaan dan
Pengendalian*. Bandung : CV. Linda Karya
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Wiedemann, Ed.Julius. 2009. Brand Identity Now!. Cologne, Germany : TASCHEN

Sumber Online

Circk, A. P. 2011. New Third Places: Opportunities and Challenges, Tourism Sensemaking: Strategies to Give Meaning to Experience (Advances in Culture. Tourism and Hospitality Research, Volume 5), (online), (<http://www.emerlandinsight.com/books>, diakses pada 25 Agustus 2016 pukul 19:23 WIB)

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. 2009. Kedai, Warung, Pasar, Toko, Dan Plaza, (Online), (http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/petunjuk_praktis/551, diakses pada 26 Agustus 2016 pukul 15:14 WIB)

Carter, Lorraine. 2007. What is Rebranding, Brand Refreshing and Relaunching, (Online), (<http://www.personadesign.ie/rebranding-brand-relaunch/> ,diakses pada 21 Desember 2016 pukul 12:30 WIB)

