

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *Journal of Brand Management*, 1(1), 69–71. <https://doi.org/10.1057/bm.1993.9>
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ahmad, R., Okechukwu, W., and Shaari, H. (2022). The Effect of Rebranding on Brand Loyalty: Brand Reputation As Mediator. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 3129–3144. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i11/14581>
- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Akoglu, H. E., and Özbek, O. (2022). The effect of brand experiences on brand loyalty through perceived quality and brand trust: a study on sports consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2130–2148. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2021-0333>
- Al Awwaliyah, N. A., Krisnawati, W., and Saepuloh, A. (2024). Pengaruh Rebranding, Persepsi Kualitas, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Cipta Giri Sentosa. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(1), 333–351.
- Andik, S. D. S., and Rachma, A. F. (2022). The Impact of Brand Awareness, Brand Association, and Perceived Quality towards Brand Loyalty (A case study of New Product). *E3S Web of Conferences*, 348. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234800035>
- Anjursari, A., Setiyani, L., and Riono, S. B. (2023). Pengaruh Rebranding, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Relationship Marketing terhadap Brand Image Produk Glow and Lovely pada Toko Azkiya Kosmetik. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 94–106.
- Arbi, F. A., and Aminah, S. (2023). The Effect of Rebranding , Perceived Quality and Brand Awareness on Brand Loyalty at Truntum Padang Hotel Customers. *International Journal of Economics*, 2(2), 360–371. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.525>
- Batara, H., and Susilo, D. (2022). The Effect of Rebranding Lays to Customer Loyalty with Brand Image as A Mediation Variable. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 113–125. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i2.4948>

- Bharmawan, A. S., and Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- BPS. (2020a). *Banyaknya Sentra Industri Kecil di Kabupaten Jepara*.
- BPS. (2020b). *Profil Industri Mikro dan Kecil Kabupaten Jepara*.
- BPS. (2023). *Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri*. 28(3), 77–96.
- Dahlawy, R. (2022). Rebranding Industri Perbankan: Investigasi Peran Religiusitas dalam Mempengaruhi Persepsi Konsumen. *J-EBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 281–310. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ebis/article/view/4781%0Ahttps://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ebis/article/download/4781/2243>
- Damayanti, I. G. A. A. S., Anggarisa, P. V. Y., and Raissa, S. S. (2023). Pengaruh Korean Wave Terhadap Penggunaan Korean Brand Ambassador Pada Brand Skincare Indonesia Dan Bagaimana Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas Merek, Sikap Merek, Dan Niat Beli. *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 294–301.
- Dewi, Y. K. (2021). Determinan literasi keuangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm). *Jurnal Manajemen*, 13(3), 538–543.
- Elsafitri, E., Musa, M. I., Ruma, Z., and Hasdiansa, I. W. (2024). Pengaruh Foreign Branding Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Persepsi Kualitas Produk Luxcrime: Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(2), 164–178.
- Fatma, N., Alimuddin, M., and Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen pemasaran*. UMSurabaya Publishing.
- Fitri, W., and Hamid, F. Z. (2020). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 888–892.
- Fuqoha, M. I. S., Ulfa, N. S., and Luqman, Y. (2024). Analisis Pengaruh Identitas Merk Dan Co-Branding Musisi Lokal Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Borsummy Heritage. *Interaksi Online*, 12(3), 887–901.
- Ghozali, Z., Boari, Y., Aziza, N., Anggraini, H., Kurniastuti, C., Mawarni, I., and Judijanto, L. (2024). *Manajemen Industri: Teori Komprehensif*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, P., Nurchayati, N., Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., and Solihin, A. (2023).

MANAJEMEN PEMASARAN MODERN: Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Haris, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 72–86.
- Haris, M., and Lestari, D. I. T. (2023). REBRANDING DAN UPAYA PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN. *Solusi*, 21(1), 443–452.
- Hartanto, S. (2020). Finishing sebagai Aspek Penting dalam Portfolio Produk Mebel Perusahaan. *Jurnal Desain*, 7(2), 184–196.
- Haryo, L. (2023). *Tingkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk, Pemerintah Bidik Pasar Ekspor Industri Furnitur Makin Luas*. www.ekon.go.id
- Hulu, E., Mendrofa, Y., and Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106–115.
- Kaimudin, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Anak Dalam Perundang-Undang Di Indonesia. *Yurispruden*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.33474/yur.v2i1.1740>
- Kamath, P. R., Pai, Y. P., and Prabhu, N. K. P. (2020). Building customer loyalty in retail banking: a serial-mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 456–484. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0034>
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2022). Marketing management. In *Always learning* (Fifteenth). Pearson.
- Lady, Lady, Flowerensia, D., and Sentoso, A. (2024). Analisis Pengaruh Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity Terhadap Purchase Intention Dari Pelanggan Restoran Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 335–349. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.31554>
- Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 28–38.
- Maleha, N. Y. (2025). Analisis Pengaruh Strategi Branding Dalam Membangun Citra Merek Yang Kuat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(2), 475–484.
- Muhtarom, A., Zulyanti, N. R., and Mufidah, N. (2021). Analisis pengaruh ekuitas merek, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di masa kebiasaan baru (Studi Kasus PT Ladang Hijau Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 101–113.

- Nalita, S., Suhud, U., and Sari, D. A. P. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan Dengan Penggunaan Artis Korea Sebagai Brand Ambassador E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 171–185.
- Nana, S., Mamina, R. T., Chiliya, N., and Maziriri, E. T. (2019). The impact of corporate rebranding on brand equity and firm performance. *Journal of Business & Retail Management Research*, 13(04), 93–102. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v13is04/art-08>
- Nugraha, K., Arief, M., MM, M. B. A., Abidinagoro, S. B., Pantri Heriyati, S. E., and Comm, M. (2023). *Peran Incumbent Holding Effects dalam Praktik Bank Syariah di Indonesia*. Indonesia Emas Group.
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., and Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan ditinjau dari Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan pada CV Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., and Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Perekonomian, K. (2023). *Tingkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk, Pemerintah Bidik Pasar Ekspor Industri Furnitur Makin Luas*.
- Purwadi, A. R., Yasinta, K. D., Yerinda, D., Aurelien, R., and Abdullah, M. (2024). Analisis Elemen Kunci Brand Equity Citilink pada Wilayah Tangerang: Evaluasi Mendalam dalam Konteks Industri Penerbangan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(2), 374–395.
- Ramdani, C. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Lotte Indonesia. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(4), 969–977.
- Ronasih, M. Y., and Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 5(1), 109–130.
- Setiawan, C., Hidayat, C., and Gantina, D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat Oleh-Oleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 319–329.
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Penerbit NEM.
- Simanihuruk, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus : Nasabah Koperasi Kredit (Credit. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 4(1), 61–88.

<https://doi.org/10.54367/jrak.v4i1.453>

Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., and Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. Iocs Publisher.

Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(3), 204–216.

Wijaya, J., and Fadli, J. A. (2022). Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer di Mediasi Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 95–111.

Zafirah, A., and Susanti, D. (2023). Strategi Re-Branding Destinasi Wisata Tkl Eco-Park Untuk Meningkatkan Tren Kunjungan Re-Branding Strategy for Tkl Eco-Park Tourist Destinations to Increase Visit Trends. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 55–68.

