

DAFTAR PUSTAKA

- Akang, B. A. (2019). *Profil : Baso Aci Akang*. Hämtat från basoaciakang: <https://basoaciakang.co.id/#profil>
- Alfirahmi. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 24-32.
- Anwar, F. (den 17 Maret 2021). *Gaya Hidup*. Hämtat från RCTIplus: <https://www.rctiplus.com/news/detail/gaya-hidup/937079/mochammad-dandi-sepsaditri-kembangkan-bisnis-bakso-aci-dengan-inovasi-dan-kolaborasi>
- Ariano, M. &. (2017). Pengaruh Rebranding dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.6 No.2*.
- Belch, B. a. (2015). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective (10th edition)*. Boston: McGraw - Hill Irwin.
- Budiastuti, D. D., & Agustinus Bandur, P. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- NapoleonCat. (June 2021). *Napoleon Cat. Indonesia stats*. Hämtat från Napoleon Cat Web Site: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/06>
- Onggo, B. J. (2020). *Cyber Public Relation*. PT. Elex Media Komputindo.
- Pratiwi, W. K. (den 30 Maret 2021). Studi Ungkap Kenapa Nokia Bangkrut. *e-Business Tekno*.
- Prayudi, & Juanita, J. (2005). Strategic Corporate Communication dalam Proses Repositioning dan Rebranding. *Jurnal Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Vol.2 No.2*, 166.

- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi . *Among Makarti Vol.9 No.18*, 124.
- Rachmat Kriyantono, P. (2014). *Public Relation & Crisis Management: Critical Public Relation, Etnografi Kritis, dan Kwaitatif*. Jakarta: Kencana.
- Rozi, A. F. (2017). ANALYSIS MARKETING STRATEGIES ON DJAWA BATIK SOLO. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 3 No. 2 Desember 2017*, 175.
- Sheila Francisca Theodora, H. P. (den 14 April 2014). *CITRA PT PRUDENTIAL PASCA PAILIT DI MATA KARYAWAN PT PRIMALAYAN UTAMA DAN KARYAWAN PT PANCA DANAMAS FUTURE (PERUSAHAAN PELANGGAN MAJALAH INVESTOR)*. Hämtat från Jurnal Komunikologi: <http://fikom.weblog.esaunggul.ac.id/category/artikel-ilmiah/page/3/>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Surachman. (1982). *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Widyastuti, S. (2018). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : Solusi Menembus Hati Pelanggan*. (M. W. Hadi, Red.) Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press.