

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. T. D., & Maharani, S. (2021). Manajemen Humas Rebranding Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) 'Aisyiyah Yogyakarta Menjadi Universitas 'Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 83–98. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i.10049>
- Cahyaningrum, G., & Nurtjahjadi, E. (2024). Rebranding, Inovasi Produk dan Persepsi Harga pada Produk Mako terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), 157–166. <https://doi.org/10.52643/jam.v14i2.3790>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding “Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global”* (T. Editor (ed.); kesatu). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- David, A. (2025). *Building Strong Brands*. New York: Free Press
- Dr. Ulani Yunus. (2021). *Digital Branding Teori dan praktik* (N. siti Nurbaya (ed.); kedua). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Haryanegara, M. E. A., Arifin, H. S., & Setiawan, W. (2025). Revitalisasi Laman Resmi Sebagai Strategi Rebranding Universitas Pendidikan Indonesia: Proses dan Respons. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(2), 238–260. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.1726>
- IPB University. (2019). *IPB University Rebranding*. Diakses pada 25 November 2025 dari <https://www.ipb.ac.id/page/rebranding/>.
- Jeffry Nugraha, S.T., M. M. (2024). *Strategi Pengembangan Merek. Branding Strategy di Era Digital* (1st ed., pp. 52–89). Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Karunia, Widya, E. A. & E. R. R. (2020). Strategi Imc Pemerintah Kota Payakumbuh Dalam Proses Rebranding Untuk Membentuk Brand Image Payakumbuh City Of Randang. *Jurnal Binawaky*, 14(12), 3671–3680. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Moh. Ainurrofiqin. (2021). *99 Strategi Branding Di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merek*. Yogyakarta: Quandrant.
- Muhammadiyah. (2025). *Alih Kelola UNISMA Bekasi: Muhammadiyah Siap Cetak SDM Berkarakter dan Berdaya Saing Global*. Muhammadiyah. Diakses pada 23 November 2025 dari <https://muhammadiyah.or.id/2025/09/alih-kelola-unisma-bekasi-muhammadiyah-siap-cetak-sdm-berkarakter-dan-berdaya-saing-global/>.
- Muyassaroh, I. S. (2017). Strategi Rebranding Stikes Aisyiyah Yogyakarta Menjadi Universitas Aisyiyah (Unisa) Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses dari <https://repository.umy.ac.id/handle/123456789/10296>
- PP Muhammadiyah. (2025). *Tingkatkan Jumlah Mahasiswa, PTMA Diminta Manfaatkan Jaringan Persyarikatan*. Muhammadiyah. Diakses pada tanggal 6 Desember 2025 dari

<https://muhammadiyah.or.id/2025/03/tingkatkan-jumlah-mahasiswa-ptma-diminta-manfaatkan-jaringan-persyarikatan/>

- Prof. Deddy Mulyana, M.A., P. D. (2022). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puspitasari, R., Hindra Hastuti, N., & Rizqi, F. M. (2025). Strategi Rebranding Guna Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Revitalisasi Lokananta Sebagai Ruang Publik di Surakarta), 8 No 2 (2024), *Solidaritas Jurnal Ilmu Sosial* 1–12. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/11168/6056>
- Rachmadian, R. H., Sumarmi, S., Masruroh, H., & Utaya, S. (2024). Persepsi mahasiswa terhadap program Green Campus dalam mewujudkan perguruan tinggi yang berkelanjutan (studi kasus : Universitas Negeri Malang) Student perceptions of the Green Campus program in realizing a sustainable. *Journal Of Environmental Sustainability Management*, 8(3), 255–275. DOI: 10.36813/jplb.8.3.255-275
- Rachmat Kriyantono. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Risma Fitriani, Aris Sarwo Nugroho, I. Y. (2025). Rebranding Universitas Karya Husada Semarang Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*. 18(1), 44–55. Doi: <https://doi.org/10.51903/Pixel.V18i1.2488>
- Saddam. (2025). *Tingkatkan Jumlah Mahasiswa, PTMA Diminta Manfaatkan Jaringan Persyarikatan*. Muhammadiyah. Diakses pada tanggal 6 Desember 2025 dari <https://muhammadiyah.or.id/2025/03/tingkatkan-jumlah-mahasiswa-ptma-diminta-manfaatkan-jaringan-persyarikatan/>
- Siregar, (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta: Prenada Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Srisadono, W. (2018). Strategi perusahaan e-commerce membangun brand community di media sosial dalam meningkatkan omzet penjualan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 167–179. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i1.552>
- Walgito, B. (2023). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Wheeler, A. (2024). *Designing Brand Identity* (6th ed.). Hoboken: Wiley.
- Yudis Puspitasari, A., MS, M., & Rouly H. Pandjaitan, D. (2022). The Impact of Rebranding on University Brand Equity. *International Journal of Scientific Research and Management*, 10(04), 3353–3362. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v10i4.em13>.