

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2020). *Manajemen Strategik: Daya Saing dan Globalisasi*. Sasanti Institute.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton & Company.
- Christiantanto, D. (2020). *Pengaruh Rebranding Terhadap Minat Beli Konsumen Salatiga (Studi Kasus pada Abby's Coffee House)*. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Digilibadmin, Unismuh. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing pada Hotel*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah, Makassar.
- Eprints, Untirta. (2020). *Strategi Rebranding Hotel The Royale Krakatau dalam Meningkatkan Daya Saing*. Skripsi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang.
- Goi, C. L., & Goi, M. T. (2020). Rebranding Strategies: Internal and External Drivers. *Journal of Marketing Perspectives*, 14(2), 20–30.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2021). *Statistika untuk Penelitian*. Andi Offset
- Hidaya, A. K. (2020). *Rebranding D'Emmerick Hotel Salatiga "One Stop Staying Hotel" dalam Merubah Citra Hotel*. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Hidayanti, I. (2020). *Faktor Pendukung dalam Peningkatan Daya Saing Daerah di DKI Jakarta*. Skripsi, Universitas Indonesia.
- Hendrawan, R. (2021). *Branding: Strategi di Era Digital*. Penerbit Andi.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education

- Lestari, D. F., & Azizah, J. N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1), 45–54.
- Norfai. (2020). *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan.
- Nurhaliza, S. (2020). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image The Shalimar Boutique Hotel*. Skripsi. Universitas Brawijaya, Malang.
- Mootee, I. (2014). *Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School*. Wiley.
- Sari, R. (2020). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 1-14. ISSN: 2337-9638.
- Schumpeter, J. A. (2014). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Siregar, S. (2020). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, dan Bisnis*. Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T., & Hendryadi. (2021). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryasaladin, R. (2020). Pengembangan Kapasitas Usaha Kecil Menengah dalam Memanfaatkan Sistem Hak Kekayaan Intelektual bagi Peningkatan Daya Saing Usaha. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(1).
- Sutrisno, B. (2020). *Adopsi Teknologi untuk Keunggulan Daya Saing*. Penerbit Gramedia.
- Syahputra, M. (2020). *Strategi Rebranding Hotel Tjokro Pekanbaru dalam Meningkatkan Daya Saing*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
- Tambunan, T. (2017). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Wahjono, S. (2022). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Graha Ilmu.
- Wardhana, A. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*. CV. Eureka Media Aksara.
- Zalukhu, Y., Zalukhu, A., & Zalukhu, Y. M. (2024). Analisis pemanfaatan digital marketing dalam mempromosikan produk dan meningkatkan daya saing

penjualan pada CV. Decorindo Jaya Perabot Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(2), 375–384.