



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M., Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations 9th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta: Erlangga
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Fourth edition*. USA: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Waldemar Pfoertsch. 2008. *B2B Brand Management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kecana Prenada Media Group
- Lexy J., Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muller. 2004. *The Business of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muzellec, L., Doogan, M., dan Lambkin, M. 2003. *Corporate Branding - an Exploratory Review*. Irish Marketing Review. Vol. 16 No. 2.
- Muzellec, Laurent; Lambkin, Mary. 2006. *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity*. European Journal of Marketing. Vol 40. No 7.
- Primarni, Amie, M.Pdi. 2014. *Introduction to Public Relations*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

- Rangkuti, Freddy. 2002. *THE POWER OF BRANDS Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Temporal, Paul, dan Lee, KC. 2002. *Hi-Tech Hi-Touch Branding, Terjemahan Anastasia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uyung, Sulaksana. 2005. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wasesa, Silih Agung. 2010. *Strategi Public Relations, Cetakan Ketiga*. Jakarta: Gramedia.
- Watson, Tom & Paul Noble. 2007. *Evaluating Public Relations; A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation Second Edition*. London & US: Kogan Page Limited.

Skripsi

- Diyanti, Dwitasari. 2012. Skripsi dengan judul “**Strategi Marketing Public Relations (MPR) Dalam Proses Rebranding (Studi Mengenai Perubahan Apartemen Menara Salemba Batavia Menjadi Menteng Square)**”. Depok:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, departemen Ilmu Komunikasi,
Universitas Indonesia.

Pramesti, Agung Rezkina. 2012. Skripsi dengan judul “**Strategi Marketing Public Relations Telkomsel Surakarta Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan**”.
Surakarta: Fakultas Komunikasi dan Informatika, program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Online

<http://ekbis.sindonews.com/read/1007773/34/pertumbuhan-ritel-indonesia-peringkat-12-dunia-1433163799>

<http://www.marketing.co.id/ritel-harus-menjadi-bagian-dari-gaya-hidup/>

www.datacon.co.id

www.citradataconstruction.com

<http://ns1.kompas.web.id/read/read/2011/11/26/451/534502/re-branding-supermal-karawaci-sasar-semua-segmen>

<http://news.okezone.com/read/2011/11/26/451/534502/re-branding-supermal-karawaci-sasar-semua-segmen>

<http://www.beritabatavia.com/detail/2011/12/06/16/9883/rebranding.supermal.karawaci#.Va-HLKSqqko>

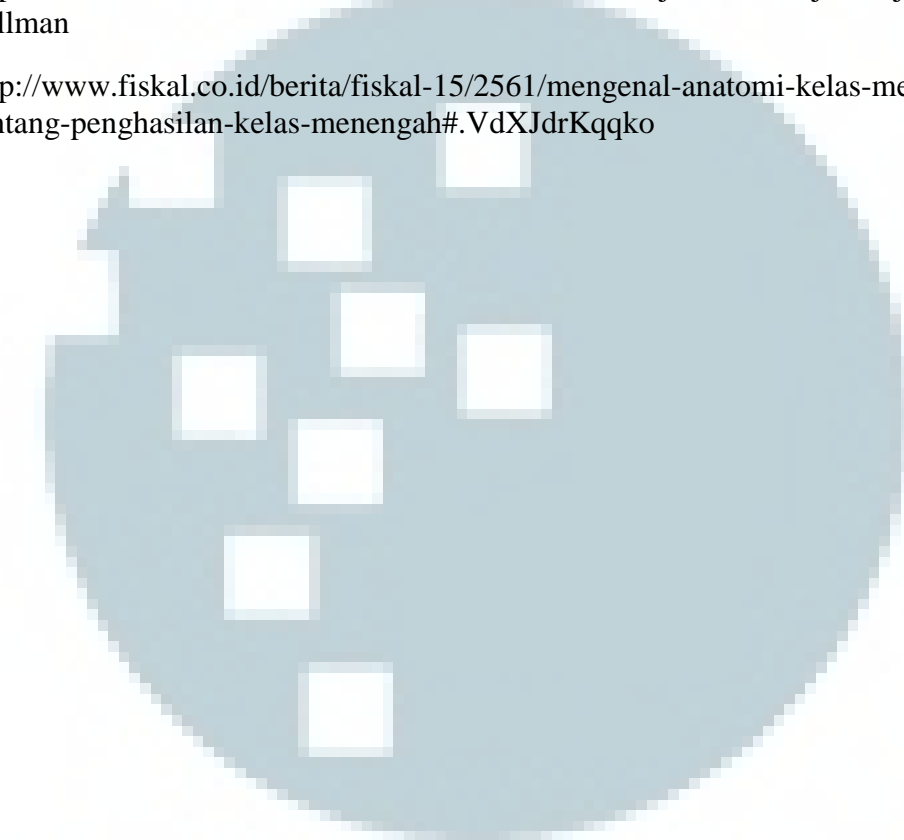
<http://sp.beritasatu.com/ekonomidanbisnis/supermal-karawaci-satukan-3-segmen-dalam-1-atap/15191>

<http://archive.tabloidbintang.com/wisata-a-kuliner/nongkrong/18602-supermal-karawaci-mal-eksplorasi-dengan-konsep-three-in-one.html>

<http://www.beritasatu.com/food-travel/20145-mal-dengan-konsep-three-in-one.html>

<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/281354-nikko-jakarta-menjelma-jadi-hotel-pullman>

<http://www.fiskal.co.id/berita/fiskal-15/2561/mengenal-anatomi-kelas-menengah--rentang-penghasilan-kelas-menengah#.VdXJdrKqqko>



UMMN