

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. (2010). Menampik Kesan Negatif Bermain Biliar. *Adinfopuri*.
- Ainil, M., & Rahman, H. (2021). *Studi Eksplorasi Persepsi Wirausahawan Milenial Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi Dalam Memanfaatkan Social Media Sebagai Salah Satu Penunjang Bisnis* [Skripsi]. Universitas Andalas.
- Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti, E. (2022). Resource-Based View: Strategi Umkm Di Sumatera Barat Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120.
- Anarta, F., Fauzi, R. M., Rahmadhani, S., & Santoso, M. B. (2022). *Kontrol Sosial Keluarga Dalam Upaya Mengatasi Kenakalan Remaja*.
- Astuti, A. M., Jariono, G., & Warthadi, A. N. (2025). Survei Minat Belajar Siswa dalam Mengikuti Ekstrakurikuler Futsal di SMA Negeri 1 Karangdowo. *Jurnal Kejaora (Kesehatan Jasmani Dan Olah Raga)*, 10(1), 26–34.
- Aulia, M. F., Wahyu, A. M., Anugrah, P. G., Chusniyah, T., & Hakim, G. R. U. (2021). Tujuan hidup sebagai prediktor kesejahteraan psikologi pada generasi Z. *Seminar Nasional Psikologi Dan Ilmu Humaniora (SENAPIH)*, 1(1), 413–423.
- Ballouli, K., Grady, J., & Stewart, R. (2016). The delicate art of *rebranding* a minor league baseball franchise: Practices, pitfalls, and payoffs of *rebranding* the Winston-Salem Warthogs. *Sport Management Review*, 19(2), 211–226. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.04.001>
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). The Application of Theory of Planned Behavior And Perceived Value on Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 123–134. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1SP.2074>
- Bappeda Kota Padang. (2022). *Karismatik Kawasan Wisata Terpadu dan Kampung Tematik Bangkitkan Wisata dan Perekonomian Kota Padang*. Bappeda Padang.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Social Psychology 10th ed (terj)*. Jakarta: Erlangga.
- Bintara, Y. P. (2025). Dampak Inovasi Sosial Terhadap Kemandirian Ekonomi Penyandang Tunanetra. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(02), 112–122.
- Branscombe, N., Branscombe, N. R., Baron, R. A., & Baron, R. (2022). *Social Psychology*. Pearson. https://books.google.co.id/books?id=_1P3zgEACAAJ

- Budidharmanto, L. P., Kom, S., MM, C. H. E., Pribadiyono, I., & Riharjo, I. B. (2025). *Transformasi Layanan Perhotelan Berbasis Teknologi Melalui Robot Automated Food Service*. Jakad Media Publishing.
- Burr, V. (2015). *Social constructionism*. Routledge.
- Chad, P. (2015). Utilising a change management perspective to examine the implementation of corporate *rebranding* in a non-profit SME. *Journal of Brand Management*, 22, 569–587.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Table of Contents. In *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Preventing Child Maltreatment in the U.S. (pp. v–viii). Rutgers University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2v55khp.2>
- Dai, N. F. (2020). Stigma masyarakat terhadap pandemi covid-19. *Prosiding Nasional Covid-19*, 66–73.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Di Corrado, D., Vitali, F., Robazza, C., & Bortoli, L. (2015). Self-Efficacy, Emotional States, and Performance in Carom Billiards. *Perceptual and Motor Skills*, 121, 14–25. <https://doi.org/10.2466/30.PMS.121c11x6>
- Fadillah, A. (2022). *Stereotip sosial terhadap tempat hiburan di perkotaan*. Jurnal Sosiologi Perkotaan, 14(2), 155–168.
- Faisal, M. (2020). Sikap, norma subjektif, religiusitas, dan partisipasi terhadap wakaf tunai. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 235–250.
- Fatimah, S. W. (2020). *proses rebranding bu wasi catering dalam menjangkau konsumen baru oleh cornellia & co pr and marketing agency* [Doctoral dissertation]. Stikom Yogyakarta.
- Goldstein, E. B., & Cacciamani, L. (2022). *Sensation and Perception*. Cengage. <https://books.google.co.id/books?id=Mz8BzgEACAAJ>
- Hayatinnupus, H., & Permatasari, I. (2019). Penerapan Metode Permainan dalam Peningkatan Keterampilan Membaca Permulaan di Kelas I Sekolah Dasar. *Sekolah Dasar: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan*, 28(1), 50–54.

- Heriyanto, H. (2018). Thematic analysis sebagai metode menganalisa data untuk penelitian kualitatif. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 2(3), 317–324.
- Hooley, G., Piercy, N., Nicoulaud, B., & Rudd, J. (2017). *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=r9YLkAEACAAJ>
- Hussain, S., Khan, J., Lakho, A., & Saleem, A. (2022). Implementation of Theory of Planned Behavior to Understand Brand love and Its Outcomes. *Journal of Policy Research (JPR)*, 8(4), 137–152.
- Iksan, K. (2012). Konsep Persepsi. *Khairuliksan*.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Joseph, A., Gupta, S., Wang, Y., & Schoefer, K. (2021). Corporate rebranding: An internal perspective. *Journal of Business Research*, 130, 709–723.
- Julitasia, L. (2025). Biliar: Olahraga Sekaligus Sarana Hiburan Pelepas Stres. *RRI*.
- Kapferer, J.-N. (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Kogan page publishers.
- Karimah, B. P. H., Priharsari, D., & Tibyani, T. (2022). Analisis penggunaan e-commerce terhadap bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(3), 1298–1305.
- Khadijah, S., & Luqman, L. (2024). Eksistensi Bisnis Konter Pulsa di Tengah Persaingan Era Digital. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 166–177.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management (15th Global ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, S. A., St, M. M., Piter Tiong, S. E., Lely Afiati, S. E., SE, N. N. A., Sari, R. D., Lestari, F. I., Pratomo, L. C., Rusmana, D., & Hayati, M. (2025). *Perilaku Konsumen*. Mega Press Nusantara.
- Laksono, R. D., Suiroaka, I. P., ST, S., Aris, M., Kismanto, J., Panduwal, C. A., Lestari, N. K. B., Kep, M., An, S. K., & Kusumadewi, Y. (2024). *Antropologi kesehatan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Laverty, L. (2024, August). Social cues the unwritten rules of a youth centre's pool table. *The Sociological Review*.

- Lockett, A., Thompson, S., & Morgenstern, U. (2009). The development of the resource- based view of the firm: A critical appraisal. *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 9–28.
- Marques, C., da Silva, R. V., Davcik, N. S., & Faria, R. T. (2020). The role of brand equity in a new *rebranding* strategy of a private label brand. *Journal of Business Research*, 117, 497–507.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moleong, L. C. (2018). Pengaruh Real Interest Rate dan Leverage Terhadap Financial Distress. *Modus*, 30(1), 71–86.
- Mostafa, R. H. A., Ramzy, O., & Eldahan, O. H. (2017). Branding a Revolution: Revolutions as Brands and Their Implications for Modern Marketing. *International Journal of Marketing Studies*, 9(3), 1. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n3p1>
- Mustafa, P. S., & Dwiyoogo, W. D. (2020). Kurikulum pendidikan jasmani, olahraga, dan kesehatan di Indonesia abad 21. *Jurnal Riset Teknologi Dan Inovasi Pendidikan (JARTIKA)*, 3(2), 422–438.
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate *rebranding*: destroying, transferring or creating brand equity? *European Journal of Marketing*, 40(7/8), 803–824.
- Nandi, M. L., Nandi, S., Moya, H., & Kaynak, H. (2020). Blockchain technology-enabled supply chain systems and supply chain performance: a resource-based view. *Supply Chain Management*, 25, 841–862. <https://doi.org/10.1108/SCM-12-2019-0444>
- Nopita, D., Mardhiyyah, R., Listiyani, M., & Julianto, T. (2023). Designing Product Labels and Digital Marketing as Branding Strategies for Yu Marni's Tiwul Product. *International Journal of Engineering Technology and Natural Sciences*, 5(2), 148–157.
- Patmawanti, B. (2023). *Kriminologi*. CV. Eureka Media Aksara.
- Pine, K., Tong, Z., & Molnar, L. (2023). Can Pool Have a Positive Impact on You?. *Pressbooks.Pub*
- Plewa, C., Lu, V., & Veale, R. (2011). The impact of *rebranding* on club member relationships. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(2), 222–242.
- POBSI. (2022). Sertifikasi Arena Biliar Standar POBSI. *POBSI.org*.

- POBSI. (2021). PB POBSI. *POBSI.org*. <https://pobsi.org/pb-pobsi>
- Pools Tredway Plus. (2024). Schedule Your Pool Opening! How Playing Billiards Can Boost Your Brain Power. *Tredway*
- Prabowo, T. T. (2020). *Memperebutkan ruang publik virtual: literasi, hoax, dan perdamaian*. Zahir Publishing.
- Pratisca, L. D. (2024). Stigma Masyarakat Terhadap Perempuan Yang Bermain Billiard. *Kumparan*.
- Priskila. (2023, June 3). Psikologi Sosial: Manusia dan Lingkungan Sosial. *Tambahpinter*.
- Purwanto, K., & Kusumaningtyas, D. D. (2023). Kesenjangan Brand Identity Dan Image Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 63–80.
- Putra, L. S., & Nurdin, R. (2018). Penerapan Theory of Planned Behavior dalam pembelian makanan halal pada masyarakat di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 13–21.
- Putri, Y. C. (2023, October 9). Stigma Perempuan Nakal, Bagi Perempuan yang Pulang Malam. *Bincang Perempuan*.
- Raharjo, B. (2022). *Media sosial dan rebranding citra olahraga non-mainstream*. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 7(1), 45–59.
- Rapli. (2025, February 11). Billiard Mendapatkan Popularitas Sebagai Sarana Healing dan Olahraga Keluarga di Surabaya. *Beritakini*.
- Rennath, M. S., & Wijaya, H. (2024). Pengaruh Intangible Assets Terhadap Firm Value Di Indonesia. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 6(1), 279–289. <https://doi.org/10.24912/jpa.v6i1.29923>
- Sadiyah, H., & Amelia, M. (2024). Konstruksi Sosial Fenomena Child Free di Sosial Media Instagram (Studi pada Kasus Gita Savitri). *Kompetensi*, 17(1), 1–10.
- Salsabilah, D., Sepdanius, E., & Chaeroni, A. (2023). Partisipan Wanita Dalam Olahraga Bulutangkis Kota Padang. *Jurnal IKEOR*, 1(2).
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (2010). *Consumer Behavior (10th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Setyanti, S. W. L. H. (2025). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Takaza Innovatix Labs.

- Sholihah, A., & Setiawan, F. (2022). Pendekatan theory of planned behavior dalam melakukan sertifikasi halal bagi pelaku umkm sektor halal food di kabupaten Bangkalan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 427–439.
- Simanihuruk, P. (2020). Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha dengan pendekatan theory of planned behaviour (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 119–140.
- Sudjatnika, T., & Riwayati, H. E. (2023). The Utilization of Vrio Analysis To Measure Sustainable Competitive Advantage At Bank Btn Components. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 3(1), 34–52. <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i1.123>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukuryadi, S., Anshari, L. M. R., Gunadi, P. E., Johari, H. I., Ibrahim, I., Adiansyah, J. S., Nurhayati, N., Mas' ad, M. ad, Sabri, M., & Palahuddin, P. (2024). Pendekatan Pengelolaan Sampah Tpa Regional Kebong Kongok. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 3002–3011.
- Susanto, D. (2021). *Transformasi budaya olahraga di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutrisno, E. (2021). *Psikologi olahraga: Konsentrasi dan kendali emosi dalam biliar*. *Jurnal Psikologi Terapan*, 6(3), 210–223.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Jakarta: Pustaka Raya.
- Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). Kajian pendekatan fenomenologi: Literature review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1).
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Waldron, J. (2023). The Use of Imagery: Seeing is Believing. *Drdavepoolinfo*.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource- based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Wibowo, N. E., Widiastuti, T. D., & Junijanto, H. Y. (2024). The Influence of Theory of Planned Behavior, Brand Consciousness, and Perceived Risk on Purchase Intention. *Petra International Journal of Business Studies*, 7(2), 113–124.

- Wijayanti, I., & Kirana, R. (2025). Dampak *Rebranding* Twitter Menjadi X terhadap Loyalitas Merek: Peran Mediasi Sikap Konsumen dan Moderasi Keunikan Merek. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 5(1), 97–107.
- Wright, S. (2019). *Colonial leisure and cultural identity: Sport in the Dutch East Indies*. *Journal of Historical Sociology*, 32(4), 765–783. <https://doi.org/10.1111/johs.12264>
- Yanti, E. (2024). POBSI Padang Inisiatif Mendorong Biliar Jadi Bagian Eskul Sekolah. *SumbarFokus*.
- Yusuf, A., & Hidayat, R. (2023). *Transformasi tempat hiburan malam ke ruang olahraga produktif: Studi kasus arena biliar bersertifikat di Indonesia*. *Jurnal Perencanaan Kota dan Wilayah*, 25(1), 112–130.

