

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty Nel, & Andira Ar. (2020). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aristawidia Ifah Bunga. (2018). *Ifah Bunga Aristawidia*.
- Cuaca, M. A., Ginon Warjoyo, J., & Darmo, B. (2023). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEBUAH USAHA ELEKTRONIK RUMAH TANGGA. *Jurnal Seni Rupa*, 12.
- Destrina A, & Lukyanto G. (2022). *garuda3260717*.
- Devy, C., Harianto, T. N., Vidyarini, Y., Ditya, S., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2018). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Evaluasi Kegiatan Employee Gathering 2017 Lombok Epicentrum Mall Nusa Tenggara Barat*.
- Jain, R. (2017). *BASIC BRANDING CONCEPTS: BRAND IDENTITY, BRAND IMAGE AND BRAND EQUITY*. www.tjprc.org
- Jeon, J.-E. (2017). The impact of brand concept on brand equity. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 233–245. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2017-030>
- Kidung Pertiwi, M. (2023). PERANCANGAN BRAND IDENTITY UMKM JAMU SABAY. In *Jurnal Desgrafia* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Luh, N., Juliyanti, I., Wirawan, G. N., Ngurah, A., & Putraka, A. (2020). *RE-BRANDING BALI CHOCOLAT FACTORY DI CANGGU*.
- Made, I., Radithya Kanta, D., & Artayasa, N. (n.d.). *ANALISIS TIPOGRAFI PADA LOGO SPRITE*.
<http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/jpr>
- Malim, P., Tanjung, H., & Husna, Z. A. (2024). Analisis Proses Hukum Yang Dapat Dijalani Oleh Content Creator Untuk Menegakkan Hak Orisinalitas. *Politik Dan Humaniora*, 1(2).
<https://doi.org/10.62383/progres.v1i2.145>
- Nastain Muhamad. (2017). *Branding_Dan_Eksistensi_Produk_Kajian_Te*.
- Nel Arianty. (2020). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Nuraini, A., & Sulistyowati, Y. (2023). *Pendampingan Rebranding Kemasan Produk Sayuran Segar (Keran Payung Bambu) Kelompok Wanita di RPTRA Payung Tunas Teratai dan Bambu Petung* (Vol. 7, Issue 4). <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>

- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Rinaldi, M., Pertiwi, A. B., & Satyadharma, I. G. N. W. (2023). Perancangan Brand Identity Bandung Communication and Community (Bdgcom_Unity). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1193–1198. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.749>
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan Visual Branding untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Satria, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDMe* (Vol. 2, Issue 3).
- Shintadewi Azis, A., Agnes Natalia, D., Thabrany, S., Negeri Jakarta, P., & Teknik Grafika dan Penerbitan Jl A Siwabessy, J. G. (2020). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM TANAH DAN PERTANIAN. In *Journal Printing and Packaging Technology* (Vol. 1).
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa I. M.M., Ariyanto,D., Yasa, N. P. D., Wahidayat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A., Sutarwiyasa I. K., Yasa, I. W. A. P., Putra, P. S. U., Setiawan, I. K., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N A. F., & Carollina, D. (2023). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual* (E. Efitra & S. Sepriano, Eds.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.