

Daftar Pustaka

- Adolph, R. (2016) '濟無No Title No Title No Title', pp. 1–23.
- Afandi, P. (2013) 'Brand association pada suatu produk', *Among Makarti*, 6(2), pp. 1–9.
Available at: <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/85>.
- Ainun, N., Maming, R. and Wahida, A. (2023) 'Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm', *Jesya*, 6(1), pp. 674–681. Available at:
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>.
- Alifa, Islah, Normansyah, I. (2020) 'Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (BAZIS) DKI Jakarta)', *Metode Penelitian*, pp. 32–41. Available at:
<http://repository.stei.ac.id/2118/>.
- Amanah, R.H. (2022) 'Pengaruh Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Somethinc', *Komversal*, 4(2), pp. 148–163. Available at: <https://doi.org/10.38204/komversal.v4i2.1027>.
- Bangun, C.S. (2021) 'Consumer Insight untuk Pertumbuhan Usaha', *Jurnal Abdimas*, 8(1), pp. 21–25.
- Coleman, B.D. and Fuoss, R.M. (1955) 'Quaternization Kinetics. I. Some Pyridine Derivatives in Tetramethylene Sulfone', *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), pp. 5472–5476.
Available at: <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>.
- Creswell (2013) 'Bagaimana Simbol Komunikasi Pada Kelompok Touring?', *Studi Interaksi Simbolik Pada Anggota Komunitas Fast Rider di Bandung*, pp. 71–92.
- Dany Christiantanto (2016) 'PENGARUH REBRANDING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SALATIGA (Studi Kasus pada Abby's Coffee House)', p. 6.
- Darmawan, I.H. *et al.* (2024) 'Design Rebranding Cobek Bakar Surabaya', *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), pp. 62–65. Available at: <https://doi.org/10.59837/e5hx4p33>.
- Eli Achmad Mahiri (2020) 'Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn', *Coopetition :*

Jurnal Ilmiah Manajemen, 11(3), pp. 227–238. Available at:
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v1i3.154>.

emari dkk (2012) ‘editorjee,+067.+YOSEF+ANDRE+SUCAHYO’, *Emari Dkk*, 2.

Fabtian, J.S. (2023) ‘Konsistensi Desain sebagai Identitas Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat’, *Student Research Journal*, 1(6). Available at: <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.802>.

Fajar Paksi, D.N. (2021) ‘Warna Dalam Dunia Visual’, *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), pp. 90–97. Available at: <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>.

Fauzi, U.I. (2021) ‘Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah’, *Youth & Islamic Economic Journal*, 2(1), pp. 42–47. Available at: <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/74>.

Hermanto, L.A. and Rodhiah, R. (2019) ‘Pengaruh Brand Personality Terhadap Purchase Intention Produk The Body Shop’, *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), p. 820. Available at: <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6569>.

Hodge, G.A. (2018) ‘No Title66, ענף הקיווי: תמונת מצב, עליון הנושע’,

Hutomo, F.R. pratama and Utami, M.P. (2022) ‘Tinjauan Layout Pada Infografis Who “Mengatasi Stres Selama Wabah Covid-19”’, *Tuturrupe*, 4(1), pp. 53–60. Available at: <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v4i1.5191>.

Ii, B.A.B. and Judul, A.P. (no date) ‘Bu Wasi’.

KHOTOB, Z. (2013) ‘Perancangan Sekolah Dasar Islam Khusus Anak Cacat Fisik Di Malang’, pp. 102–111.

Kusumasondjaja, S. (2014) ‘Efektivitas Social Media Advertising: Peran Brand Familiarity Dan Kongruensi Endorser’, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(1), pp. 83–91. Available at: <https://doi.org/10.9744/jmk.16.1.83-92>.

Lisa, H. *et al.* (2020) ‘Analisis brand equity terhadap keputusan pembelian (studi kasus coffee toffee Surabaya)’, *Journal of Business and Banking*, 10(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.1862>.

Mubarak, F.S. (2023) ‘Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan

Memori Dan Pemahaman Pesan’, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), p. 152. Available at: <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.33002>.

NASRULLAH, P. (1998) ‘Psikologi Warna’, *Bandung: Yayasan Bina Solusi Cerdas*, p. 24. Available at: https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/PSIKOLOGI_WARNA.pdf.

Nugraha, K.A. and Herlina, H. (2021) ‘Klasifikasi Pertanyaan Bidang Akademik Berdasarkan 5W1H menggunakan K-Nearest Neighbors’, *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 7(1), p. 44. Available at: <https://doi.org/10.26418/jp.v7i1.45322>.

Oscario, A. (2013) ‘Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand’, *Humaniora*, 4(1), p. 191. Available at: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>.

Prasetyo, R.H. (2019) *Perancangan Identitas Visual Dan Aplikasinya Pada Media Promosi Produk Umkm Pizza Laila Pati (Doctoral*. Available at: <https://lib.unnes.ac.id/34428/1/2411414018dina.pdf>.

Putra, Y., Santoso, P.Y. and Adhypoetro, R.R. (2021) ‘Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Cyber PR*, 1(1), pp. 11–21. Available at: <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1415>.

Putro, V.D. and Sutejo, A. (2024) ‘PERANCANGAN RE-BRANDING SUMBU RAYYA BUSANA SURABAYA Contact ’:, 3(4), pp. 49–57.

Rosyada, S.N. (2024) ‘Perancangan Logo Dalam Branding Panti Asuhan’, *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), pp. 106–115. Available at: <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v2i1.1956>.

Salam, S. (2017) *Seni Ilustrasi: Esensi - Sang Ilustrator - Lintasan - Penilaian*, *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Setiawati, S.D., Retnasari, M. and Diny Fitriawati (2019) ‘Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah’, *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 125–136.

Tinarbuko, S. (2015) ‘DEKAVE, Desain Komunkiasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), pp. 1–58. Available at:

https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY_l8T5E7V4k18.

Varrah N. Kadow, Dwight M. Rondonuwu, C.S.P. (2017) 'Manado Trans Studio. Prinsip Komposisi Desain', (Pembimbing I), pp. 50–51. Available at:
<https://www.neliti.com/publications/177959/manado-trans-studio-prinsip-komposisi-desain>.

Warna, M. and Karja, W. (2021) 'P R O S I D I N G BALI-DWIPANTARA WASKITA (Seminar Nasional Republik Seni Nusantara)', pp. 110–116. Available at:
<https://en.wikipedia.org/>.

Weleri, K. and Kendal, K. (2023) 'Implementasi Desain Digital Kreatif Untuk Branding Produk Berbasis Mobile Untuk Pelaku Umkm Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal', *Communnity Development Journal*, 4(6), pp. 11961–11969.

Wenas, T.T.A. (2017) 'Perbedaan Brand Preference Konsumen Pada Produk Merek Lokal Dengan Produk Merek Global', *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(5), pp. 679–687.

Widjaja, W. and Wijayadne, D.R. (2023) 'Knowledge Hiding in Small Medium Enterprise Owned by Family Business: The Role of Knowledge Complexity, Psychological Ownership and Avoidance Motivation', *Media Ekonomi dan Manajemen*, 38(1), p. 15. Available at:
<https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3030>.

Wulan Sari, C. (2019) 'PENGARUH REBRANDING DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK (Studi pada Pelanggan Majelis Mie Cabang Citarum, Surabaya)', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7.