

DAFTAR PUSTAKA

- Abiemanyoe, S., & Depari, G. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Tagline terhadap Brand Awareness pada Pattern X Medan. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.54259/mudima.v1i2.124>
- Alfajar Madani, & Supandi, F. P. (2024). Analisis Warna Ikon Fitur Layanan Aplikasi Gojek Terhadap Psikologi Persepsi Konsumen. *Visualideas*, 4(1), 59–68. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol4.iss1.2024.1934>
- Andirani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93–104.
- Apriani, A., Halim, B., & Yulius, Y. (2018). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Kesejahteraan Hewan Peliharaan. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v3i1.376>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ardy, V., Amri, A., & Lilian, L. (2024). Penerapan Identitas Visual Logo Binara Tv. *Desain Media*, 00(00), 92–101. <https://jurnalbima.id/index.php/desmed/article/view/234%0Ahttps://jurnalbima.id/index.php/desmed/article/download/234/194>
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, Yuliani, L., Hildawati, Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, W., & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatis dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Bastian, H., & Ristanto, A. (2020). Perancangan Identitas Visual Objek Wisata Guci Kabupaten Tegal Untuk Meningkatkan Brand Recall. *JIPETIK: Jurnal Ilmiah Penelitian Teknologi Informasi & Komputer*, 1(2), 52–59. <https://doi.org/10.26877/jipetik.v1i2.7446>
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Jurnal*

- Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 1473–1478.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(01), 9–13. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.150>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August).
- Dwi Radithya Kanta, I. M., & Artayasa, I. N. (2022). Analisis Tipografi Pada Logo Sprite. *Jurnal Penalaran Riset*, 1, 130–134. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/jpr>
- Febrianti, D., Arif, S., Fitriyah, R. N., Purwanti, L., Sari, V. N. I., & Akhyar, Z. Al. (2023). Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness dari UMKM Keripik Gadung. *Nusantara Community Empowerment Review*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.55732/ncer.v1i1.735>
- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 888–892.
- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERUSAHAAN ARNIS WIGATI (AW). *Jurnal Telkomuniversiti*, 02(<https://journals.telkomuniversiti.ac.id/demandia/issue/view/72>), 37–48.
- Halim, J., Nurhaliza, H., Belinda, L., Sivali, J., Roja, H., Geraldine, A., Stephenson, J., & Fajar Akbar, T. (2019). Optimalisasi Pasar Keripik Pisang Melalui Re-Branding untuk Mengembangkan Bisnis “Keripik Pisang NEVY.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 1(1), 140–155. <https://doi.org/10.21632/jpmi.1.1.140-155>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Huda M, P. A. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada UMKM Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(2), 2020.
- Lestari, V. W., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 9–16. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.9-16>

- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- Markplus. (2010). *Brand Operation*. Esensi, Erlangga Group.
- Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 369. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p369-376>
- Mustari, N., Hartaman, N., Audrina Sahrir, V., Rahmi Aulia, N., & Atirah H, S. (2021). Branding Pariwisata dalam Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Majene. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(2), 282–293. <https://doi.org/10.14710/jiip.v6i2.11912>
- Nadhiroh, U., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). *Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing*. 9(5), 1962–1982.
- Nurdiansyah, A. M., Mulyana, D., Rahmawaty, D., & Wardana, K. A. (2023). Perancangan Visual Graphic Standard Manual Untuk Logo Semarcold. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian Desain*, 3(2), 489–503.
- Pratama, M. H., Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian, & Mahimma Romadhona. (2022). Perancangan Re-Branding Oikio Surabaya. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 187–200. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12475>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit ANDI.
- Restiawan Permana, & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan

- Perannya Sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>
- Rini, H. P., & Nindhita, V. (2022). *Observasi : teori dan praktek dalam bidang psikologi*. Basya Media Utama.
- Rohman, L., & Chidtian, A. S. C. R. El. (2023). Pentingnya Perancangan Identitas Visual Bagi Komunitas Kewirausahaan Smpn 2 Trawas Kabupaten Mojokerto. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 304–308. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v2i6.176>
- Said, A. A. (2019). Mendesain Logo. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 6(3). <https://doi.org/10.26858/tanra.v6i3.13014>
- Tambunan, A. M., Satriadi, & Takwa, N. (2023). Analisis tipografi font pada logotype facebook. *Fakultas Seni Dan Desain UNM*.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Bahan Ajar Kursus dan Pelatihan Desain Grafis : Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.