

BIBLIOGRAPHY

- Abiemanyoe, S., & Depari, G. S. (2021). *Page+103-112. 1(2)*, 103–112.
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi Logo Dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga : Jurnal Seni Rupa, 10(2)*, 439. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.28131>
- Biantoro, J., & Nindito, H. (2022). *No Title*. BINUS Higher Education. <https://sis.binus.ac.id/2022/06/22/media-sosial/>
- D. Fauziah. (2025). *Design Thinking dan Inovasi Strategi Kreatif dalam Pemecahan Masalah* (D. Fauziah (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU UNAS).
- Desideria Cempaka Wijaya Murti, Victoria Sundari Handoko, Antonius Bima Murti Wijaya, & Emerald, G. (2022). Implementasi Integrated Place Brand Identity untuk Peningkatan Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Tinalah, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia, 2(5)*, 537–543. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i5.6315>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru, 12(2)*, 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 14(3)*, 471–480. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.08>
- Fajrina, N., & Zahra, F. (2015). *EKSPLORASI DESIGN THINKING DALAM PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN DESAIN KEMASAN BERKELANJUTAN PADA UMKM DJADI BATIK DI PROGRAM BEDA ' KAN. 1*, 53–69.
- I Nyoman Jayanegara, & Setiawan, I. nyoman anom fajaraditya. (2020). Analisis Bentuk Pada Identitas Visual Stmik Stikom Indonesia. *Jurnal Bahasa Rupa, 3(2)*, 76–82. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.459>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana, 23(2)*, 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Januaji. (2013). Januaji. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>
- Kartini, T., Andari, T. T., Harini, S., & Nurhalisza, D. T. (2024). *Product Branding : Strategi Meningkatkan Brand. 5(6)*, 11839–11846.

- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>
- Mubarok, F. S., & Kom, M. I. (2023). Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan Memori Dan Pemahaman Pesan. *11(2)*, 152–174.
- Prasetyo, A. B. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 79.
- Rosyada, A. (2018). Pengaruh Rebranding Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan Pada XL Axiata (Studi pada Pengguna Simcard XL di XL Center Pemuda Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–7.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*.
- Safitri, D., Bantilan, I., Wulan, R. R., & Telkom, U. (2018). Strategi Rebranding Bantilan, Dini Safitri Istiqamah Wulan, Roro Retno Pamungkas, Indra N. A. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(1), 1.
- Said, A. A. (2019). Mendesign Logo. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain*, 6(3), 159–168.
- Sapetu, T. C., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2023). the Influence of Brand Positioning and Product Display on Impulsive Buying At Holland Bakery Teling Manado. *776 Jurnal EMBA*, 11(4), 776–786. <http://www.google.com>
- Taroreh, R. N. (2018). Segmentasi Pasar Sepeda Motor Honda Revo Study Kasus Di Kecamatan Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3418–3427.
- Utami, M. P. (2024). *RANCANGAN DESTINATION BRANDING KABUPATEN WAJO : STRATEGI MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA UNTUK PENINGKATAN DAYA TARIK*. 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.61696/juparita.v2i1.210>
- Wijaya, I. P. K., & Widodo, A. (2015). Potensi Geowisata Bukit Jamur Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Geosaintek*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.12962/j25023659.v1i1.1199>