

BIBLIOGRAPHY

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Alessandri, S. W. (2015). *Visual Identity*. Routledge.
- Anggraini, R., Linardo, V., Alinadrina, D., & Artikel, R. (2025). *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi eISSN 2684-9313 Volume 14. Nomor 1*. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jureq>
- Ari Mulyani, P., Wayan Ari Sudiartini, N., & Luh Putu Sariyani, N. (2020). *JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen PERILAKU MASYARAKAT KOTA DENPASAR DALAM MENGONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI (FAST FOOD)*. 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.36733/juima.v10i2.1398>
- Badan Pusat Statistik. (2024, August 29). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025, June 30). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2025*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- DiMarket. (2025, February 4). *Indonesia Frozen Food Market Charting Growth Trajectories: Analysis and Forecasts 2025-2033*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=fiHHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=uku+Pemasaran+Produk+dan+Merek.+In+Buku+Pemasaran+Produk+dan+Merek&ots=3OzRma7xzl&sig=1MMvOiXUZ7eq8bBDSUMy8Uq7MDk&redir_esc=y#v=onepage&q=uku%20Pemasaran%20Produk%20dan%20Merek.%20In%20Buku%20Pemasaran%20Produk%20dan%20Merek&f=false

- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). *Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif* (Vol. 3, Number 2).
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SEAFOOD SITUBONDO*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>
- Karja, W. (2021). *Makna Warna*. <https://eproceeding.isibali.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2016). *Logo Visual Asset Transition*. PT. Alex Media Komunikasi.
- Kelpšaitė, N. (2023). *THE IMPORTANCE OF VISUAL IDENTITY ON THE COMPANY'S BRAND AND ITS IDENTITY*.
- Larasati Putri, R. D., & Widyasari. (2023). Pengembangan Konsep Desain Identitas Visual Melalui Penggunaan Supergrafis Pada Media Sosial Diskominfo. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 322–340. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1853>
- Malik, H., Wirta, J., & Depi, S. (n.d.). Membangun Identitas Merek Melalui Pengalaman Event: Pendekatan Desain dalam Strategi Branding Building Brand Identity Through Event Experiences: A Design Approach in Branding Strategy. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 6(1), 90–98. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v6i1.5913>
- Murnawan, Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. A. E. V. T. (2023). *Pelatihan Brand Identity untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital*. 490–499. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/ja.v6i2.1247>
- Nugraha, G. P. (2020). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PROYEK ALO INDONESIA: MAMA KIKA FROZEN FOOD SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS*. <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4738>
- Nur, D., & Paksi, F. (2021). *Warna dalam Dunia Visual | 90 Warna dalam Dunia Visual*. <http://repository.ikj.ac.id/id/eprint/3276>

- Nurhaswinda, Aliati, M., Ramadani, N. L., Syahira, N. H., Anggraini, Y., Supia, T. A., & Lestari, Z. (2025). *Perbandingan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*. 5. <https://doi.org/DOI:10.59818/jpi.v5i4.1759>
- Putra Nanda, D., Fernando, F., Rahman, F., Desain Komunikasi Visual, P., Seni Rupa dan Desain, F., Seni Indonesia Padangpanjang Jl Bahder Johan, I., Malintang, G., Padang Panjang Timur, K., Padang Panjang, K., & Barat, S. (2025). Redesign Visual Identity Sagaraa Kopi Di Kota Solok. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1, 536–543. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i5.306>
- Rachmawati, A., & Ariyanto, A. (2025). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FROZEN FOOD BU MUN CIPETE UTARA JAKARTA SELATAN. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(3), 7002.
- Rendaniati, A. (2025, June 20). *Anak Muda dan Gaya Hidup Instan: Menemukan Keseimbangan di Era Serba Cepat*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/06/20/anak-muda-dan-gaya-hidup-instan-menemukan-keseimbangan-di-era-serba-cepat>
- Rorlen, Ekadjaja, M., Eric Adiwijaya, & Elizabeth Christinio Puspita. (2023). Pengaruh Identitas Merek, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 255–273. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1622>
- Said, A. A. (2017). *Mendesain Logo*. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/4217>
- Schultz, D. P., & Schultz S. E. (2021). *Psikologi Gestalt* (M. Rizal, T. Hikam, & L. Hardian, Eds.). Nusa Media.
- Sebayang, N. S., Alhanannasir, A., Tamba, K. B., & Anggriani, T. (n.d.). *GIZI DAN PENGOLAHAN PANGAN DENGAN METODE PENDINGINAN & PEMBEKUAN*.
- Setiawan, B. (2024). *Fundamen Branding*. CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Sidi, D. P. (2025). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL HUE TO-GO SURABAYA. *Jurnal Barik*, 7(1), 128–140. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

- Solicitor, A., Rica, C., Chidtian, E., Arifianto, P. F., & Megasari, D. (n.d.). *Branding Strategy to Improve the Competitiveness of Omah Batik Nusantara MSMEs in Modern Market*. 9(2).
- Suryani, D. I., & Priatini, W. (2020). Differentiation of Traditional Frozen Food of Uli Ketan by Addition of Kidney Beans and Oyster Mushroom Filling. In *Indonesia Dede Irma Suryani The Journal Gastronomy Tourism* (Vol. 7, Number 1). <https://ejournal.upi.edu/index.php/gastur48>
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek* (Nita, Ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Trisna, D. B., Sumadewa, I. N. Y., & Hasbullah. (2025). *Perancangan Identitas Visual Laila Fauzi Kitchen*. 18(1), 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.52072/unitek.v18i1.1405>
- Wieke Dwi Sulistianova, Awanda Rohmadona, & Syamsul Hidayat. (2025). Preferensi Mahasiswa terhadap Ayam Geprek Benu sebagai Makanan Ekonomis dan Praktis. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 213–223. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i1.2899>
- Wrona, K. (2015). *VISUAL IDENTITY AND REBRANDING*. <https://doi.org/10.14611/minib.16.02.2015.06>
- Wulandari, A. (2023). *Analisis Usaha Frozen Food Chicken Shrimp Keju Mozarella di Desa Koncer Kidul Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso*. <https://sipora.polije.ac.id/id/eprint/25649>
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi* (A. P. Hadi, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312/333>