DAFTAR PUSTAKA

Ainurrofiqin, M. (2021). *99 STRATEGI BRANDING DI ERA 4.0*. Quadrant.

Andhita. (2021). *Komunikasi Visual* (Vol. 1).

Ariffudin Islam, M. (2018). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. Dalam *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia* (Vol. 2, Nomor 2).

Assyakurrohim, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, *3*(01), 1–9. https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951

Badan Ekonomi Kreatif. (2018). *Data Statistik dan Hasil Survei*.

Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). *PENGARUH IDENTITAS MEREK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PADA KONSUMEN SEPATU NIKE DI JAKARTA.* https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.xxx

Buil, I., Catalán, S., & Martínez, E. (2016). The importance of corporate brand identity in business management: An application to the UK banking sector. *BRQ Business Research Quarterly*, *19*(1), 3–12. https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.11.001

Dyahayu, L. P., Katholik, U., Semarang, S., Pawiyatan Luhur Iv/, J., Dhuwur, B., Semarang, K., & Tengah, J. (2023). *ANALISIS VISUAL PADA KEMASAN DANISH MONDE EGG DROP BISCUIT DENGAN TEORI SEMIOTIKA* (Vol. 5, Nomor 2).

Gitosudarmo. (2019). *MANAJAMEN PEMASARAN EDISI PERTAMA* (1 ed.). BPFE.

haque-fawzi, dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi (Marissa Grace Haque-Fawzi etc.) (Z-Library)*.

Hasian, I., & Rinaldo, B. (2019). *Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual (Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi) Program Studi Desain Komunikasi Visual 1) 2) Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti Jakarta* (Vol. 3, Nomor 01).

Hilmi. (2022). *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual*.

Husna, N. N., Juhana, A., Kunci, K., Merek, :, Merek, I., Merek, ;, Desain, P. ;, & Elemen Visual, M. ; (2024). *PERAN ELEMEN VISUAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND IDENTITY PERUSAHAAN: TINJAUAN LITERATUR YANG SISTEMATIS*. https://ojs.unm.ac.id/tanra/

Jin, C. , & L. J. (2019). *The influence of brand color identity on brand association and loyalty.* (Vol. 1).

Jogiyanto. (2014). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis"*. Andi Offset.

Kemenparekraf. (2024). *Tren Ekonomi Kreatif 2024, Kolaborasi Antar Subsektor*.

Kriyantono. (2021). *TEKNIK PRAKTIK RISET KOMUNIKASI KUALITATIF DAN KUANTITATIF*. Kencana.

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solution*. Cangage.

Leurs, R. (2017). *What Do We Mean By Design*.

Mahdy, H. M. (2024). *1635-Article Text-6377-1-10-20240227*.

Murnawan, et al. (2023). Pelatihan Brand Identity untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital. *Abdimasku*, *6*.

Nugraha, F., & Tarmawan, I. (2022). *Perancangan Identitas Visual Yessika Roti*. https://ojs.unikom.ac.id/index.php/divagatra

Paul Martin Lester. (2014). *Visual Communication: Images with Messages* (6 ed.). Wadsworth Cengage Learning.

Prasetyo, T. M., Pembimbing, D., Andita, S., & Ds, P. M. (2019). *Perancangan Sarana Pemindah Kayu di Kebun Binatang Berdasarkan Aspek Rupa*.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan* (1 ed.). ANDI.

Rachmawati, F., Teknologi, F., & Informatika, D. (2018). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY UKM VCO MENAK SOPAL DI PT PENDOPO AGUNG POETROKOESOEMAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND IMAGE KERJA PRAKTIK Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Oleh*.

Ria, F., Cahyaningtyas, C., Informasi, T., & Buana, I. S. (2023). Rancang Bangun Website Pejualan Roti Pada Toko Bakery Di Desa Subah. Dalam *Teknologi Informasi & Komputer)* (Vol. 2, Nomor 2).

Salendra. (2014). *COFFEE SHOP AS A MEDIA FOR SELF-ACTUALIZATION TODAY'S YOUTH Salendra*.

Santoso, A., & Istizar, M. (2020). *Penguatan Pemahaman Strategi Branding melalui Pendampingan Daring bagi Anggota Asosisasi Pusat Pengembangan Sumberdaya Wanita*. http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat

Soewardikoen. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (Vol. 1). PT.Kanisius.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sukirno, Z. L. (2020). Etika Komunikasi Visual Influencer dalam Promosi Pariwisata | 127 Etika Komunikasi Visual Influencer dalam Promosi Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, *4*(2). https://travel.kompas.com/read/2019/07/10/190151427/vir

Supriatno, R. (2017). *PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI SMARTPHONE TERHADAP INTERAKSI SOSIAL PELAJAR (Studi Deskripsi Kuantitatif pada pelajar SMK Astra Nawa Ambulu)*.

Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim

Syamil, A., Nusantara, B., Putra, A., & Putra, O. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. https://www.researchgate.net/publication/376828943

Taryudi, A., Maulana, D., Kistia, J., Hanifah, N., & Retno Hapsari, D. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu (Economic Recovery for Local UMKM Families through Improved Product Packaging and Online Marketing in Pekandangan Jaya Village, Indramayu Regency). Dalam *Jurnal Pusat Inovasi Masyarat Januari* (Vol. 3, Nomor 1).

Thang, C., & Iswanto, R. (2023). *PERANCANGAN BRAND ACTIVATION UNTUK STARTR BRANDING BESERTA MEDIA PROMOSINYA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS* (Vol. 13).

Uin, A. R., & Banjarmasin, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Nomor 33).

Wardhana, A. (2024). *BRAND IDENTITY*. https://www.researchgate.net/publication/383870034

Wheeler. (2017). *Designing Brand Identity*.

Wibowo, A., Setia Utami, B., & Pratiwi, P. (2020). *PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY TUKANG SAYOER ONLINE SEBAGAI UPAYA MENAIKKAN BRAND AWARENESS*.

Wulandari. (2021). *The Power of Visual*.

Yadav, P. , C. P. D. , & B. D. (2017). Typography as a statement of Design. . *International Ergonomics Conference HWWE 2014*.