

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *In Management Pemasaran*. 9(2). 26
- Andira, A., Arianti, N. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. 4(2).
- ATG Wijaya (2023). Representasi Kota Malang melalui Karya Street Photography di Kayutangan Heritage untuk Pariwisata. *Universitas Ma Chung*
- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & I. (2021) *Public Relations*. *Ikatan Guru Indonesia*
- Ayu Oktavianingrum, & Et.,All (2022). Strategi Branding membangun Brand Identity pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*. 4(3). 1829-1836. <http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>
- A, Wely., Nengsih, A., T, & Sudharyati, N. (2023). Analisis Keberadaan UMKM di Bidang Kuliner dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*. 3(3). 281-294. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.564>
- Budiharja., L, & Sitingjak., T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas pada Konsumen Sepatu Nike di Jakarta. *Jurnal Manajemen Universitas Kwik Kian Gie*. 11(2). 1-8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>
- Casofa, F, & Isa, A. (2022). Gerbang Kreativitas : Jagat Desain Grafis. Sinar Grafika Offset. *PT. Bumi Aksara*
- C. Meylina., M. Nuruzzaman., A. D. Lestari (2024) Identitas Visual dalam Logo Gojek Solv. *Universitas Swadaya Gunung Jati*. 3(6). 805-818. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v3i6.2025>

- Evita, A., & Ali, A (2023). Pemanfaatan Media Sosial Oleh Public Relations Banban Tea Untuk Pembentukan Citra Merek. *E-Proceeding of Management. Bandung : Telkom University*. 10(1).
- Irvine R., Muh A.I (2022) Perancangan *Brand Identity* dan Media Sosial Trivera sebagai Sarana untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. 3(3). 221-235. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v3i3.48236>
- Konstantoglou, A., et.,all (2020). Investigasi Elemen Kemasan Makanan dari Perspektif Konsumen. Universitas Thrace
- Lidwina, R, P., & Lase J, F (2024). Pemahaman Konsumen Mengenai *Brand Identity* Produk Kecantikan Scarlett Whitening dengan Tagline “*Reveal Your Beauty*”. *Jurnal Ranah Research*. 6(5). <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5>.
- Muntazori, F, & A., Listya, A (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sagal Melalui Desain Logo. *SENADA*. 1(3). 342-351. <https://doi.org/10.56881/senada.v1i3.66>
- Nurcahyo, M. (2022). Kajian Peran Sketsa dalam Proses Kreatif dan Pendidikan Desain (Kasus Pengalaman Belajar Desain di Era Digital). *Lintas Ruang : Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Interior*. 10(2). 86-97. <https://doi.org/10.24821/lintas.v10i2.7199>
- Kusuma, P., H., A. & Et., All (2020). Brand Management : Esensi, Posisi, dan Strategi. Hal 30. *Yayasan Kita Menulis*
- Satu Data Kota Semarang (2023). *Kategori Data Industri & Mikro*. <https://data.semarangkota.go.id/data/list/9>
- Saparudin, & Kusumadinata, A. A. (2023). *Socialization of Higher Education Promotion Media in Bogor Regency*. 2(5). <https://doi.org/10.55927/mudima.v3i11.6825>
- Sandro (2022). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Digital Marketing* terhadap *Purchase Intention Chicken Inc* Puri Park di Jakarta.
- Sari, Rarta, W., & Et., All. (2023). Perkembangan Pembiayaan PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM. *Dinamika : Jurnal Manajemen Sosial dan Ekonomi*. 3(2). 164-170. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i2.398>

Yustini. Masruchin, Yuwono, Prayogo (2023) Peningkatan Pemasaran Produk UMK Aisyah Melalui Branding Produk dan Kemasan serta Melalui Penjualan Online. *Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK*. 7(1). doi: 10.31284/j.jpp-iptek.2023.v7i1.3662

Yanti, V., A, & Wijaya, S., L. 90 (2022). Strategi Komunikasi *Public Relations* dalam Membangun *Brand Awareness* Program Internasional. 12(1). 43-57. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.43-57>.