

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, F., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis Resepsi Masyarakat Terhadap Desain Grafis pada Billboard Kampanye Program Pemerintah Daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.47134/dkv.v1i1.2621>
- Andik Prakasa Hadi, Suryani Suryani, & Mars Caroline Wibowo. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Umkn Sakukata.Co Salatiga. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 95–108. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.461>
- Andrade, B., Morais, R., & de Lima, E. S. (2024). The Personality of Visual Elements: A Framework for the Development of Visual Identity Based on Brand Personality Dimensions. *International Journal of Visual Design*, 18(1), 67–98. <https://doi.org/10.18848/2325-1581/CGP/v18i01/67-98>
- Anjani Ni Made Ayu Cantika Mutiara, Artha I Gede Agus Indram Bayu, & Purnami Putu Wahyuning Sri. (2024). Perancangan Brand Identity UMKM Steak Ijow Jalanan Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Di Made Blez Studio. *AMARASI : Jurnal Desain Komunikasi Visual* , 5(2), 219–229.
- Audria, M. A., & Rizkavirwan, D. (2021). Perancangan Brand Identity Es Buntin Pasar Lama Tangerang. *De-Lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice*, 1(2), 77. <https://doi.org/10.37312/de-lite.v1i2.4790>
- Damayanti, A., & Malau, R. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 290–302. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i1.2165>
- Dari, S. T., Puspitasari, A. H., Hermawan, R. N., Maulidina, Z., Adli, M., Fawwaz, A., Putra, C. A., Jl, A., Madya, R., Anyar, G., Anyar, K. G., & Timur, J. (2024). *MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat Pendampingan UMKM Tape Semen Bu Suwarti Dalam Pembuatan NIB & Branding Untuk Meningkatkan Daya Saing Assistance to Mrs . Suwarti ' s Cement Tape MSMEs in Making NIB & Branding to Increase Competitiveness*. 2(4).
- Deddy Mulyana. (n.d.). *Unsur unsur komponen Desain*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/13988/Berkomunikasi-Secara-Efektif-Ciri-Pribadi-yang-Berintegritas-Dan-Penuh-Semangat.html>
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Empowerment, C. (2020). *To véo λεξικό του Digital Marketing*. 05(02), 28–35.

<https://www.epixeiro.gr/article/225915>

- Iddrus, I., Liyanto, L., & Wulansari, D. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Di Pondok Pesantren Darut Tauhid Assalafiyah. *Rampa' Naong Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.24929/rn.v1i2.2656>
- Kusumawardani, L. K. (2024). *Optimalisasi Strategi Pemasaran UMKM Kelurahan Babat Jerawat Melalui Logo & Media Cetak sebagai Pendukung Promosi*. 4(6), 1191–1196.
- Mothelsang, K., & Myeong, G. E. (2024). *Modern Typography Trends and User Preferences : A Case Study on Indian E-Commerce Platforms*. 02(November), 248–263.
- Neni Utami, & Nurul Farida. (2023). Brand Awareness Wardah Cosmetics Users at ASN in Blitar Regency. *Indonesian Economic Review*, 3(2), 30–39. <https://doi.org/10.53787/iconv.v3i2.28>
- Novia, B. P., & Palupi, S. M. (2022). Pengaruh Kemasan dan Hargaterhadap Keputusan PembelianMakanan Tradisional pada UD. OmahJenang Ds. Rejowinangun Kec.Kademangan Kab. Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 7(2), 107–114.
- Produk, K., License, I., & Peimbeilian, K. (2024). *Pengaruh desain kemasan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada*. 9(12).
- Rifaldi, M. R., Gumilar, G., & Nastiti, N. E. (2023). Perancangan Re-Branding Corporate Identity Eleven Untuk Peningkatan Citra Dan Visibilitas Perusahaan. *E-Proceeding*, 10(6), 10663.
- Rika Widianita, D. (2023). Poster Infografis Sebagai Media Penyajian Data Yang Menarik Tentang Desa Karyawangi Kecamatan Parongpong Bandung Barat. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1-19
- Sari, R. N., & Qoiriyah, I. S. (2024). Brand Identity UMKM Camilan Tiga Dara di Sidoarjo. *IKONIK : Jurnal Seni Dan Desain*, 5(2), 127–136. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v5i2.16469>
- Setiawan, D. (2021). Analisis Strategi Branding Desa Wisata Gunungsari Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun Dalam Mewujudkan Kampung Budaya Berbasiskan Budaya Jawa. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Sitepu, V. (2021). Panduan Desain Grafis. In *Escaeva.Com* (Issue May).
- Stoimenova, B. (2017). Visual Brand Identity Design. *International Conference "Marketing - Experience and Perspectives," June*, 346–353. https://www.researchgate.net/publication/323884367_Visual_Brand_Identity_Design

- Widjaja, Y. R. (2019). Pengaruh Tagline dan Media Periklanan Above the Line terhadap Brand Awareness DAPUR IGA BANDUNG. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 224–230.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.92>
- Yuri Rahmadhani. (2017). Strategi Branding Portal Online www.Tripriau.com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *JOM Fisip*, 4(1), 1–15.