

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Nilai ekspor komoditas utama rempah Indonesia tahun 2019–2023*. Export Center Indonesia. <https://exportcenter.id/artikel/food>
- Adhany, A. F., & Gumelar, R. G. (2024). Peningkatan branding & identitas Ilmu Komunikasi Untirta melalui rancangan visual *Merchandise*. *AKSA Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1), 1-9.
- Alfian, R., Nugroho, W. F., & Yuliana, L. (2019). Analysis of brand awareness, brand loyalty and brand reputation on purchase decisions. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1).
- Arthayuda, K. R., Astuti, N. K. R., & Narulita, E. T. (2020). Perancangan visual brand identity Photo Leisure untuk meningkatkan brand awareness pada konsumen. Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Chen, S. (2024). The impact of brand awareness on purchase intention. *Highlights in Business, Economics and Management*, 30, 198-204.
- Kusuma, D. W. A., Dewi, A. K., & Putra, I. K. J. D. (2024). Perancangan media komunikasi visual *Merchandise* enamel pin di Expat Roasters. *Desain Komunikasi Visual*, Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). Perancangan desain *Merchandise* menggunakan metode kreatif sebagai promosi brand produk (Studi kasus: Gifa Group). *Jurnal DIGIT*, 12(1), 103-114.
- Rastika, I. W. B., Putra, G. B. S., & Kharismawan, P. G. S. (2023). Perancangan *Merchandise* untuk meningkatkan brand awareness pada perusahaan Waves Company Adventure. *Desain Komunikasi Visual*, Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan brand identity dan media sosial Triversa sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness. *Jurnal Barik*, 3(3), 221-235.

- Setiadarma, A. (2022). Strategi media relations dalam krisis. Vol. XXVII No.2, 564-570.
- Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Rahmanda, E., Feranza, F. Y., & Kartika. (2024). Peran media public relations dalam menciptakan engagement di era digital. Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam, 11(2), 3220-3232.
- Sutanto, S. M., Budiwaspada, A. E., & Rudiyanto, G. (2020). *Merchandise* sebagai pendukung *Visual branding* untuk kekayaan intelektual lokal. Jurnal Seni & Reka Rancang, 2(2), 231-242.
- Zulfikar, I. (2022). Building a strong brand: Marketing strategy to increase brand awareness and consumer loyalty. Neo Journal of Economy and Social Humanities (NEJESH), 1(4).