

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *New York: The Free Press*.
- Acar, A., Büyükdağ, N., Türten, B., Diker, E., & Çalışır, G. (2024). The role of brand identity, brand lifestyle congruence, and brand satisfaction on repurchase intention: a multi-group structural equation model. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03618-w>
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Araya, R. N., Bagoes Muafa, I., Defian Rizkimu, A., & Taher, A. (2025). Pemanfaatan Desain Grafis dalam Pembuatan Iklan Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di SMK Media Informatika (Vol. 1, Number 1). <https://journal.jci.co.id/jspm>
- Kurniawan, D., Nirwana, A., & Prasetya, B. P. P. (2024). Perancangan identitas merek dan konten pemasaran La Orlind untuk meningkatkan brand awareness produk kebaya untuk usia 18-25 tahun di Kota Malang. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 5(1), 112–126.
- Isyiya, F., Farida, I., Anggraini, R., Muawanah, S., & Aisyah, S. N. (2025). Strategi Public Relation Dalam Pemasaran Digital: Analisis Kolaborasi Webseries “Pakai Hati Reborn” Dengan Bank BRI Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Masyarakat. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 173–181. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1558>
- Jaufenthaler, P., & Scott, J. T. (2026). Introducing the business family brand: Managing brand identity, image, and reputation. *Journal of Family Business Strategy*, Article 100717. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2026.100717>

- Kadin Indonesia. (2026). UMKM Indonesia. Kadin indonesia Indonesian *Chamber of Commerce and Industry*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#> (Diakses: 16 Maret 2026, pukul 19.35 WIB)
- Kampung Tematik Kota Semarang. (2022). Daftar Kampung Tematik. <https://kampungtematik.semarangkota.go.id/web/datakampungtematik> (Diakses: 16 Maret 2026 pukul 22.04 WIB)
- Liang, L., Zainal Abidin, S. B., Shaari, N. B., Yahaya, M. F. Bin, & Jing, L. (2024). Logo Impact on Consumer's Perception, Attitude, Brand Image and Purchase Intention: A 5 Years Systematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i3/20084>
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Jurnal visual ideas*, (2), 70–75.
- Natasha, V., Rahmadiano, A., Pramudya, B., & Pratama, P. (2023). Perancangan visual *brand identity* bagi vernon education malang untuk meningkatkan *brand awareness*. <https://sainsbertek.machung.ac.id/index.php/sbtek/article/download/255/145>
- Munthe, A. R., Hidayati, N., Amiati, A., Hsb, P. S., Dalimunthe, F., Tanjung, M. D., & Tambunan, M. T. (2025). Psikologi warna dalam desain grafis: Implikasi terhadap persepsi audiens. *Insight Journal*, 1(2), 91–98. <https://journal.ynam.or.id/index.php/insight>
- Ray, I., & Ariffudin Islam, M. (2022). Perancangan *brand identity* dan media sosial triversa sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness*. *Jurnal Barik*, 3(3), 221–235. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Sofian, F. G., & Sari, S. P. (2026). *Analisis semiotika visual logo pt kereta api indonesia (kai) periode 2020 berdasarkan teori Charles Sanders Peirce*. *Creativa Scientia*, 3(1).
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. In *CommIT Journal* (Vol. 16, Number 1).

- Timiyo, A. J. (2023, February 27). *Achieving The Goal of Sustainable Brand Management: The Mediating and Complementary Roles of Brand Awareness, Brand Image, And Brand Identity*.
<https://doi.org/10.17758/uruae19.uh0223410>
- Wang, X. (2024). Visual communication and branding: The role of graphic design in building brand image and recognition. *Highlights in Art and Design*, 8(2), 19–22. <https://doi.org/10.54097/qwy32g44>