

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker & Joachimsthaler . (2023). Kesenjangan Brand Identity dan Image Terkait Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 63-80.
- Adiwena, e. (2023). Redesain Logo Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Merek UD. Usaha Bara. *Jurnal Informatika Indonesia*, 7(1), 13-24.
- Adrian, S. (2021). Rebranding UMKM Kafe KopiRight Malang Berbasis Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 20-35.
- Agustino, R. J. (2020). Desain grafis kontemporer: Pendekatan kreatif dan solutif. *Jurnal Universitas Indonesia.*, 85-100.
- Ambrose, G. &. (2022). The Fundamentals of Graphic Design. *Bloomsbury Visual Arts.*, 108-120.
- Belch, B. &. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication*. Mc Graw Hill.
- Cutlip, S. (2016). *Effective Public Relations*. Kencana.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi. (02. Maret 2023). *IKU (Indikator Kinerja Utama)*. Von dkukm.bekasikota.go.id:
<https://dkukm.bekasikota.go.id/id/iku> abgerufen
- Emmy, E. (2020). Fungsi Kemasan Sebagai Faktor Penting Dalam Usaha Pengolahan Makanan. *Jurnal Teknologi Pangan*, 15(2), 123-130.
- Fadly, R. (2019). *Jejak Rasa Nusantara: Sejarah Makanan Indonesia*. Indonesia: Gramedia Pustaka.
- Fernadi, A. H. (2021). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*, 2-4.
- Homburg, C. A. (2024). How Brand Awareness Affects Market Share in Commoditized Industries. *Journal of Consumer Psychology*, 34(1), 78-92.
- International, B. U. (2022). *Articles The Brand Identity Prism*. Von international.binus.ac.id: <https://international.binus.ac.id/graphic-design/2022/09/08/the-brand-identity-prism-what-it-is-and-how-to-use-it/> abgerufen
- Jubille, E. (2018). *Desain Grafis Komplet*. Elex Media Komputindo.

- Keller. (2023). Kesenjangan Brand Identity dan Image Terkait Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 75.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Kinerja UMKM Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kristiyono, J. (2020). *Komunikasi grafis: Teori dan aplikasi*. Andi.
- Kurniawan, A., & Hapsari, D. (2023). Analisis Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness pada UMKM Batik Jawa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 155-170.
- Lengkong, A. P. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 62-68.
- Lestari, D. S. (2023). Pengaruh Brand Identity Terhadap Persepsi Konsumen: Studi pada UMKM Makanan Tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran UB*, 12(3), 45-60.
- Mintel, G. L. (2023). *Mintel*. Von Mintel Spotlight Global Packaging Trends: <https://www.mintel.com> abgerufen
- Nugroho, B., & Fitriani, W. (2020). Prinsip Desain Logo Efektif untuk UMKM: Studi Kasus Industri Kreatif. *Jurnal Desain dan Branding*, 5(1), 22-37.
- Okta priyana, K. (2023). Analisis Komponen Elemen Desain Grafis Dalam Media Digital. *Jurnal Ilmu Desain dan Seni*, 7(2), 112-125.
- Oktavianingrum, H. (2023). Peran Brand Identity dalam Loyalitas Pelanggan UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan*, 15(2), 45-60.
- Open Data Jabar. (2021). *Koleksi Data, Dataset*. Von opendata.jabarprov.go.id: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset?q=jenis%20umkm&suggestion=on®ion=14> abgerufen
- Park, C. W., Eisingerich, A. B., & Park, J. W. (2024). Brand Identity and Firm Performance. *Journal of Business Research*.
- Permana, A. &. (2022). Prinsip Dasar Desain Grafis: Analisis Unsur Visual dan Harmonisasi Bentuk. *Jurnal Seni dan Desain*, 5(2), 112-125.
- Phillips, L. &. (2021). *Graphic Design Thinking*.
- Prasetyo, A., & Sutanto, J. E. (2020). Strategi Branding untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (2), 45-56.
- Priyono. (2024). Fungsi Utama Banner Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 45-60.

- Rahma, A. &. (2023). Peran Desain Logo Dalam Membangun Citra Merek UMKM Makanan Tradisional. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 45-58.
- Rahman, F., & Septyan, D. (2022). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal Melalui Desain Logo. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Branding*, 4(1), 12-25.
- Rizkiana, M. &. (2021). Supply Chain Management in Packaged Food Industry. *Indonesian Journal of Food Business*.
- Romaniuk, &. D. (2023). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Daya Ingat Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Global*, 15(2), 45-60.
- Romaniuk, J., & Sharp, B. (2021). How Brands Grow. *In Oxford University*.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126-8137.
- Rundh. (2021). Sustainable Packaging Innovation: Trends and Challenges. *Journal of Packaging Technology and Research*, 5(3), 145-160.
- Sari, R., & Nugroho, A. (2021). Peran Branding dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18 (3), 112-125.
- Sitepu, V. (2004). *Panduan Mengenal Desain Grafis*. Sumatera Utara: Escaeva.
- Sonsino, D. (2024). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf (2nd ed.)*. Routledge.
- Surono, A., Bintang Pramudya P P, & Ayyub Anshari Sukmaraga. (2021). Rebranding UMKM Kafe Kopiright Malang Berbasis Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 15-20. Von standarpangan.pom.go.id. abgerufen
- Susanto, A. B. (2022). Business Model in Culinary Industry: Experience-Based Value Creation. *Journal of Business and Hospitality*.
- Ustadriatul, M. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 73-84.
- Wheeler, A. (2023). *Designing Brand Identity*.
- Wheeler, A. (2023). *Designing Brand Identity*. John Wiley & Son.

- Widodo, R. P., & Sari, M. (2021). Peran Brand Identity dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 45-60.
- Widya, L. A. (2020). Analisis Elemen Titik Dalam Desain Grafis Kontemporer. *Jurnal Desain Visual*, 8(1), 45-58.
- Wikaningtyas, S. U. (2024). *Digital Marketing Era Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Zaini, A. &. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 45-60.