

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674-681. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/967>
Diakses pada 10 Maret 2025.
- Albar, S. Y., Wibawa, A. P., & Wirawan, I. G. N. (2024). Perancangan Brand Identity Adristha Tour & Travel Di Badroom Studio Denpasar. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(02), 209-218. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/view/3918>
Diakses Pada 25 Mei 2025.
- 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), 1-13. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/maktabatuna/article/view/1879>
Diakses pada 4 Juni 2025.
- Budihardja, L., & Sitingjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1-8. <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/870>
Diakses pada 19 Maret 2025.
- Budelmann, K., Kim, Y., & Wozniak, C. (2019). *Brand Identity Essentials: 100 Principles For Designing Logos And Building Brands* (2nd Ed.). Rockport Publishers. https://books.google.co.id/books/about/brand_identity_essential_s.html?id=yti4xv1lmhqc&redir_esc=y
Diakses pada 1 Juni 2025.
- Brangsinga, G. B. Y., & Sukawati, T. G. R. (2019). *Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dan Brand Equity* (Doctoral Dissertation, Udayana University). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1369336&val=989&title=pengaruh%20perceived%20quality%20dan%20brand%20image%20terhadap%20brand%20loyalty%20dan%20brand%20equity>
Diakses pada 29 Juli 2025.
- Febianti, F. (2020). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi Di Perpustakaan. *Jurnal Kajian Kepustakawan*, 2(1), 79-94. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/maktabatuna/article/view/1879>
Diakses pada 14 Mei 2025.

- Firmansyah, M. W. (2022). Pengaruh *Tagline* Gratis Ongkir Dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap *Brand Awareness*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(3), 5147-5156. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/1849>
Diakses pada 6 April 2025.
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., ... & Hakim, A. R. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
https://www.researchgate.net/publication/390932253_metode_penelitian_kualitatif
Diakses pada 3 Maret 2025.
- Murnawan, M., Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. A. E. V. T. (n.d.). *Pelatihan brand identity untuk UMKM: Meningkatkan kesadaran merek dan daya saing di era digital*. Program Studi Sistem Informasi, Universitas Widyatama.
<http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/1247>
Diakses pada 8 Juni 2025.
- Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen Z*. Wawasan Ilmu.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YO4CEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA38&dq=desain+grafis+menurut+para+ahli&ots=KNp1rmT-Mz&sig=yNZjSQsEpKP5G5w7V-PdXfFIbjI&redir_esc=y#v=onepage&q=desain%20grafis%20menurut%20para%20ahli&f=false
Diakses pada 9 September 2025.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
<https://dinastirev.org/JIMT>
Diakses pada 22 April 2025.
- Purwantoro, K., & Kusumaningtyas, D. D. (2023). Kesenjangan Brand Identity Dan Image Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 63-80.
<https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB/article/view/594>
Diakses pada 14 Mei 2025.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital public relations: trend and required skills. *Jurnal Aspikom*, 6(2), 373-386.
<http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/836>
Diakses pada 11 Maret 2025.

- Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 12(1), 85-90. <https://www.neliti.com/publications/488086/analisa-peranan-dan-fungsi-public-relation-baitulmaal-munzalan-indonesia-dalam-p>
Diakses pada 11 Maret 2025.
- Ramdhan, S., & Kurhi, M. (2021). Media Promosi pada Campaign Produk PT Wellcomm dengan Teknik Seamless Transitions dalam Video Motion Graphic. *Jurnal Tren Bisnis Global*, 1(1).
- Ritonga, M., & Riofita, H. (2024). Pentingnya brand equity dalam membangun loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(1), 45–53. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jmi/article/view/5829>.
Diakses pada 2 Juni 2025.
- Sartika, P. L., & Badri, M. (2019). Proses penentuan headline di halaman Metropolis Riau Pos. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 1(5). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/8744>
Diakses pada 24 Maret 2025.
- Saputra, D. D., Warsaa, Y. W. S., & Happy, H. R. D. (2023). Brand Identity UD Bakriy Furniture Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(02), 17-28. <https://jurnal.asia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/view/964>
Diakses pada 30 April 2025.
- Wibowo, D. W., Zahro, A., Rahayu, P. Y., & Huda, M. (2025). Brand Dan Public Relation: Sebuah Kajian Konseptual Dalam Konteks Indonesia. *Journal Of Administrative And Social Science*, 6(2), 32-44. <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/jass/article/view/1867>
Diakses pada 30 April 2025.
- Wibowo, Y., & Purnomo, B. H. (2024). Brand Positioning Strategy Through Digital Marketing Of Commercial Rice Products At Perum Bulog Jember Branch. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 34(3), 271-271. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/61220>
Diakses pada 30 April 2025.
- Wibowo, S. E., Aksenta, A., & Hartanto, S. (2024). The Strategic Role Of Brand Storytelling In Enhancing Marketing Management And Brand Awareness On Social Media Platforms. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 4(02), 343-348. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/JMS/article/view/5458>
Diakses pada 7 April 2025.