

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand portfolio strategy: Creating relevance, differentiation, energy, leverage, and clarity*. Free Press.
- Adha, H. V., & Utami, W. (2021). The effect of brand experience, brand personality and brand trust on brand loyalty. *Journal of Business and Management Review*, 2(12), 861–871. <https://doi.org/10.47153/jbmr212.2962021>
- Aldo, M., Faizal, F. A., & Pratiwi, D. S. (2025). Perancangan ulang identitas visual UMKM SPEECY di Kota Bandung. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 7(1), 39–50. <https://journalkreatif.utb-univ.ac.id/index.php/files/article/view/84>
- 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>
- Anggarini, A., & Pramesti, R. D. (2025). *Pengembangan metode kreatif integrasi mind map dan mood board dalam pemecahan masalah desain grafis*. **Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia**, 11(1), 835–854. <https://publikasi.dinus.ac.id/andharupa/article/view/11677>
- Anggriani, V., Andini, A. L. T., Dewitasari, M. P., Munawaroh, M., Maulana, M. A., & Rosyadi, M. I. (2025). Hubungan antara public relations dan citra merek (Studi kasus pada merek terkenal di Indonesia). *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 179–189. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i2.1401>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Copley, L. (2024, April 8). *12 Jungian Archetypes: The Foundation of Personality*. PositivePsychology.com. <https://positivepsychology.com/jungian-archetypes/>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2025, 9 Agustus). *DJKI dorong UMKM naik kelas lewat perlindungan merek dan indikasi geografis*. Dgip.go.id. <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-dorong-umkm-naik-kelas-lewat-pelindungan-merek-dan-indikasi-geografis?kategori=>

- Gabriel, C., & Setyanto, Y. (2024). Peran public relations serta strategi dalam membangun brand image PT. Bepah Karya Indonesia. *Kiwari*, 3(3), 413–421.
- Ginting, E., Andriani, S., Pasaribu, M. A., & Akbar Nst, N. F. (2023). Penerapan manfaat aplikasi Photoshop desain spanduk dalam media promosi.
- Han, H. E., Cui, G. Q., & Jin, C. H. (2021). The role of human brands in consumer attitude formation: Anthropomorphized messages and brand authenticity. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923355>
- Husna, N. N., & Juhana, A. (2024). Peran elemen visual dalam upaya meningkatkan brand identity perusahaan: Tinjauan literatur yang sistematis. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 11(2), 129–141.
- I Nyoman, A. W. Budiasa, I Wayan, Nuriarta, & Agus Ngurah, A. Putraka. (2025). *Perancangan maskot dan merchandise sebagai brand awareness RIEF Travel Planner*. Institut Seni Indonesia Denpasar. <https://repo.isi-dps.ac.id/5670/>
- Ip, M. M. H., & Chark, R. (2023). The effect of menu design on consumer behavior: A meta-analysis.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A., & Nur, D. I. (2023). Peran media pemasaran dalam upaya membangun branding terhadap UMKM yang ada pada Warung Pandugo.
- Laduni, P., Rahaningsih, N., & Bahtiar, A. (2023). Perancangan desain kemasan UKM Cemilin Nih di Cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 189–196. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6255>
- Lupitasari, E. S., Nurlaela, L., Suhartiningsih, & Miranti, M. G. (2022). Pengaruh Korean Wave dan makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun. *Jurnal Tata Boga*, 11(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/47290>
- Marda, V. E. (2023). *Kreativitas desainer grafis dalam merancang logo di akun Instagram @desainerlogoindonesia* [Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository.

- Maulan, P. A., Nikhlis, N., & Kurniawan, D. (2021). Perancangan X-banner, spanduk, dan kartu nama sebagai media promosi pada PT. Niti Segara Trans.
- Melini, E., Hananto, B. A., Suwanto, K. M., & Tenardi, S. G. (2024). Analisis metode mind mapping dalam proses pembelajaran desain grafis. *Narada: Jurnal Desain dan Seni*, *10*(3), 269–282. <https://doi.org/10.22441/narada.2023/v10.i3.001>
- Mochtar, S. C., & Muljosumarto, C. (2025). Analisis pengaruh brand identity terhadap brand awareness dan brand image pada brand “Menantea”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, *25*(2), 107–118. <https://doi.org/10.9744/nirmana.25.2.107-118>
- Mulyaningrum, R. U., & Sulistiyawati, P. (2022). Perancangan visual branding Liana Bakery sebagai upaya meningkatkan brand awareness. *Jurnal Citrakara*, *4*(2), 257–268.
- Mulyasari, R. (2020). *Peranan marketing public relations Happy CoCreative dalam kegiatan pemasaran digital di Instagram* [Skripsi, Universitas Komputer Indonesia]. Universitas Komputer Indonesia Repository. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3508>
- Nurfadhli, R. (2025). Perancangan foto produk di Toko Dee’s Kitchen untuk meningkatkan brand awareness. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual*, *2*(3), 46–55. <https://doi.org/10.62383/misterius.v2i3.914>
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi branding membangun brand identity pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1829–1836.
- Partiwi, A., & Ariani, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Model Insani dan Bisnis*, *2*(1), 79.
- Pitco. (2023). *Korean corn dog: Tren masa depan*. Pitco.com. <https://www.pitco.com/blog/korean-corn-dogs-trend-of-the-future/>
- Putri, L. T., Baharuddin, Y., & Nasir, M. (2024). Customer satisfaction at RR Café Delima Pekanbaru influenced bsyy facilities and menu variations. *International Journal of Society Reviews (INJOSER)*.

- Putri Sabila Al Asyifa, - (2023) ANALISIS KLASIFIKASI TYPEFACE SANS SERIF BERDASARKAN ANATOMI HURUF (STUDI KOMPARASI PADA REBRANDING LOGOTYPE BRAND FASHION DAN TEKNOLOGI). S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rafdinal, W., Juniarti, C., & Ardianti, I. (2023). *Perkembangan Hallyu di Indonesia: Pemasaran budaya Korea Selatan melalui K-drama dan K-pop*. CV. Dewa Publishing.
- Rozi, M. F., & Pahlevi, A. S. (2025). Perancangan brand identity sebagai upaya rebranding PT JUP. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 5(7), 747–762. <https://doi.org/10.17977/um064v5i72025p747-762>
- Sa'adah, S. K., & Wibawa, B. M. (2025). The role of product quality, price, and menu variety in enhancing customer satisfaction at a local café.
- Sabilla, S., Nasution, A. P., & Putri, M. A. (2024). *Peran visual branding dalam meningkatkan brand awareness pada platform media sosial: Kajian literatur periklanan di era digital*. **Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu**, 8(7), 36–46. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpmt/article/view/3527>
- Safitri, A. L. K., & Fuad, A. (2025). Perancangan media poster sebagai sarana promosi dan informasi pada website Kopi Es Tak Kie menggunakan metode design thinking. Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain, 2(5), 15–26. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i5.908>
- Safitri, N. A., Sarjono, S., & Hermanto, Y. A. L. (2022). Perancangan visual identity sebagai upaya mengenalkan eksistensi Bliss Yoga Malang. *Journal of Language, Literature and Arts*, 2(3), 300–316. <https://doi.org/10.17977/um064v2i32022p300-316>
- Salsabilah, A. A., Fadillah, I., Safitri, A. L. K., Destiani, F., Azzahra, R., & Fauzi, M. (2024). Tinjauan pemilihan warna pada visual branding Pasar Seni Ancol. *Forum Ilmiah*, 21(3), 124–136.
- Sari, M. R., & Rakhmat, T. (2022). Analisis visual dan informasi kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk. *Jurnal Komunikasi Visual*, 4(2), 95–104.
- Sarwendah, A. (2022). *Prinsip dasar desain dan komunikasi (Desain Komunikasi Visual)*. PT Lini Suara Nusantara.

- Sashikirana, A. K. (2024, 27 Desember). *Simak 6 tantangan UMKM di era digital dan cara mengatasinya*. UMKM Kompas.com. <https://umkm.kompas.com/read/2024/12/27/193000283/simak-6-tantangan-umkm-di-era-digital-dan-cara-mengatasinya?page=all>
- Shofwan, N. (2020). *Pemanfaatan bahan daur ulang banner pada desain produk homeless shelter* [Skripsi, Institut Teknologi Sains Bandung].
- Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis poster video klip Lathi: Kajian semiotika Ferdinand de Saussure. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>
- Sitorus, S. A., et al. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. Media Sains Indonesia.
- Solikhah, A., & Setiawan, B. (2023). Perancangan maskot Lembah Kecubung untuk meningkatkan awareness publik. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 01–10. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i1.112>
- Songur Bozdog, A. N., & Akkurt, G. (2025). Craving and colour: How do individual characteristics, food and tableware colours interact to influence food craving? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101115. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101115>
- Subudiartha, I. M. A. (2023). Pengertian desain. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(1), 332–340. <https://journal.ikmedia.id/index.php/jishum/article/download/332/285/2133>
- Wahyuni, E. A. (2021). Outlaw Hero Dalam Robin Hood And His Merry Outlaw Karya J. Walker McSpadden's Dan Silalatu Gunung Salak Karya Aan Merdeka Permana. *Lopian: Jurnal Pengetahuan Lokal*, 1(2).
- Wardhana, A., et al. (2021). *Manajemen pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A., et al. (2024). *Branding strategy di era digital*. Media Sains Indonesia.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity: A comprehensive guide to the world of brands and branding* (6th ed.). John Wiley & Sons.

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://doi.org/10.55606/jass.v6i2.1867>

Yolanda, W. A., & Nugroho, J. A. (2025). Perancangan media promosi berupa banner menu untuk minuman kesehatan. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 9(12). <https://doi.org/10.2238/9qq60k48>