

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand portfolio strategy: Creating relevance, differentiation, energy, leverage, and clarity*.
- 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.
- Amphuri. (2021). Setahun Perjalanan Penanggulangan Haji dan Umrah.
- Annur, C. M. (2023). 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin. *Katadata*.
- Brus, R. H. (2025). *Assessing branding strength: comparing marketer judgement and consumer data for brand identity elements*. *Journal of Brand Management*, 1-17.
- Dass, M. K. (2023). *An investigation into slogan design on creating Slogan–Brand alignment*. *Journal of Advertising Research*, 43-60.
- Dijkstra, M. &. (2020). *Public relations and the creation of shared value*. *Journal of Communication Management*, 217-231.
- Ghodeswar, B. M. (2008). *Building brand identity in competitive markets: A conceptual model*. *Journal of Product & Brand Management*, 4-12.
- Haikal, F. H. (2020). Perancangan Identitas Visual Museum Talaga Manggung Kabupaten Majalengka. *e-Proceeding of Art & Design*, 1671.
- Irvine Ray, M. A. (2022). Perancangan *Brand Identity* dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Barik*, Vol. 3 No. 3, 221-235.

- Januar Hari Prayogo, W. (2021). Karakteristik Visual Deformasi Anatomi Pada Lukisan Karya S. Istiyono. *Jurnal Seni Rupa, Vol. 9 No. 4*, 73-88.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kusumanigtyas, K. P. (2023). Kesenjangan *Brand Identity* dan *Image* Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 63-80.
- Larichy, R. (2020). Perancangan *Rebranding* Produk UMKM Surabaya Pada CV Amigo Kriya Indonesia.
- Lucky, A. (2025). *The Psychology of Color in Branding and Marketing*. *Newport International Journal of Research in Education*, 58-65
- M, F. H. (2024, July 1). 1,8 Juta Jemaah Haji 2024, 63% dari Asia. *Kementerian Agama Republik Indonesia*.
- Mills, A. J. (2021). *Brand stories: bringing narrative theory to brand management*. *Journal of Strategic Marketing*, 35-53.
- Muhammad Fahrur Rozi, A. S. (2025). Perancangan *Brand Identity* Sebagai Upaya *Rebranding* PT JUP. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 747-762.
- Musarwan, I. W. (2022). Evaluasi Pembelajaran (Konsep, Fungsi dan Tujuan) Sebuah Tinjauan Teoritis. *Jurnal Kajian Pendidikan Islam Volume 1 Nomor 2*.
- N. Bagus Angga Primanda Kusuma, I. P. (2018). *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Nidah, A. W. (2022). Pengaruh *Islamic Branding* Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim. *Tirtayasa Ekonomika*, 177.

- Nishofa Balqish, E. R. (2024). Perancangan Visual *Brand Identity* Pada UMKM Mie Hoki Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja Vol 19, nomor 1*.
- Pamungkas, G. P. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Belvita Dalam Upaya *Branding* Sebagai Biskuit Sarapan Pagi. *PRoListik: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1 No. 2*, 35-42.
- Purnamasari, K. P. (2024). Perancangan Logo sebagai Bagian dari *Brand Identity* UMKM “Laris Rest Area” dengan Pendekatan Semiotika. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, Vol. 24, No.1*, 48-59.
- Putra, R. W. (2024). *Pengantar Dasar Desain Komunikasi Visual*. Deepublish.
- RI, H. K. (2025). Kemenhaj Terapkan Penentuan Kuota dengan transparan dan berkeadilan.
- Royhan, M. G. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *Citrawira Journal of Advertising and Visual Communication*, 86-95.
- Rubrika. (2026). Lonjakan jemaah umroh pasca pandemi, Indonesia jadi kontributor terbesar dunia.
- Safitri, F. N. A., & Sriyanto, A. (2025). *The Role of Visual Brand Identity Consistency in Enhancing Brand recall and Consumer Preference*. *Jurnal Ar Ro 'is Mandalika (Armada)*, 5(2), 491-501.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Susanto, H. (2018). Perancangan *Brand Identity* dan Media Promosi Jati *Garment* Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.
- Syahrullah, M. (2023). Strategi *Branding* Sebagai Upaya Optimalisasi Pengumpulan Wakaf. *Jurnal Islamika*, 1-13.

- Syehfuddin, M. F. (2025). *The Influence of Islamic Branding and Culture on Sunan Ampel Purchasing Decisions: Positive Emotions as Mediator*. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 232-247.
- Theaker, A. (2021). *The public relations handbook*.
- Ward, E. Y. (2020). *Building a unique brand identity: measuring the relative ownership potential of brand identity element types*. *Journal of Brand Management*, 393-407.
- Wardhana, A. e. (2022). *Brand image dan brand awareness* . Eureka Media Aksara.
- Yu, M. A. (2024). *Effects of Brand Visual Identity on Consumer Attitude: A Systematic Literature review*.
- Yulius, Y. &. (2024). *Pelatihan Pengaplikasian Logo Sebagai Identitas Visual Pada Media Promosi UMKM Dulangku.id Palembang*. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 335-344.