

DAFTAR PUSTAKA

- Adynata, Y. (2020). *Perancangan Identitas Visual PT Wijaya Multi Konstruksi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition*. In *Jurnal Universitas Dinamika*.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Arifin, S. (2023). *Mengenal Logo Lebih Dekat: Pengertian, Tujuan, dan Manfaatnya*. Gamelab.Id. <https://www.gamelab.id/news/2538-mengenal-logo-lebih-dekat-pengertian-tujuan-dan-manfaatnya>. (diakses pada tanggal 26 Oktober 2023)
- Calvalie, F. J., Warjoyo, J. G., & Harjani, P. I. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang. *Jurnal Rupaka*, 4(1).
- Cass, J. (2009). *What Makes a Good Logo?* Justcreatice.Com. <https://justcreative.com/what-makes-a-good-logo/>. (diakses pada tanggal 14 Oktober 2023)
- Cinthy. (2020). *Pengertian Logo: Jenis, Fungsi dan Kriteria Logo yang Efektif*. Accurate.Id. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>. (diakses pada tanggal 26 Oktober 2023)
- Damara, S. L. (2019). Perancangan Identitas Visual Kampung 1000 Topeng Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. In *Jurnal Universitas Dinamika*.
- Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho Fajar, O. (2021). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna Pada Pendekatan Steam Ditinjau Dari Psikologi Desain. *Nasional & Call*, 58–63. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/view/86>
- Dewi, M. (2020). Persaingan Usaha Terhadap Perilaku Pedagang Pakian Jadi Di Pasar Sentral Kabupaten Sinjai. In *IAI Muhammadiyah Sinjai*.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *Jurnal KNNP*, 5(1), 60–76.
- Fauzi, M., Desain, F., & Unggul, U. E. (2018). Redesign Logo Usaha Kecil

- Menengah Pada Toko Gibran Collection Di Pulang Untung Jawa. *Jurnal Abdimas*, 1 (1).
- GreatNusa. (2023). *Brand Recognition: Pengertian, Fungsi, dan Contohnya*. Greatnusa.Com. <https://greatnusa.com/artikel/brand-recognition-adalah/>. (diakses pada tanggal 26 Oktober 2023)
- Hadinata, A., Adib, A., & Wahyudi, A. T. (2016). Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Ayam Goreng “ Queen Wings ” Di Kota Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 1–9.
- KristiawanAD. (2021). Perancangan Branding Fashion Boutique Anlicollection. *Jurnal TA ISI Yogyakarta*, 88.
- Mediana, N., Alit, I. D., Putra, D., & Khomariah, H. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual dan Promosi La La Land Baby & Kids Clothing. *Jurnal Art and Design*, 10(2), 3493–3511.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Moussadecq, A., Darmawan, A., & Pratama, Y. A. (2022). The Design of Visual Identity and Corporate Identity Faraz Cashews in Padang. *Imaginary*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.51353/jim.v1i1.673>
- Nuansa de Riandra, C., & Ariffudin Islam, M. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *Jurnal Barik*, 2(2), 43–56. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Sirait, F. N. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual Kedai Kopi Monotype untuk Membangun Brand Awareness dan Meningkatkan Citra Brand Terhadap Konsumen. *Magenta*, 6(01), 867–891.
- Assidiq, Z. (2023). *Penggunaan Typography dalam Desain Logo*. Typography.Id. <http://typography.id/penggunaan-typography-dalam-desain-logo>. (diakses pada tanggal 10 November 2023)
- Widyokusumo, L. (2014). Meningkatkan Citra UMKM Melalui Perancangan Ulang Identitas Visual. *Humaniora*, Vol. 5(9), 163–171.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Nirmana*, 1, 47–54.