

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Aaker on branding*. New York: Morgan James
- Airey, D. (2019). *Identity designed the definitive guide to visual branding*. Boston: Cengage.
- Amalia, W., Rusdianto, S, A., Choiron, M., Rokhani, S, B., & Adila, H. (2024). Pengembangan “pacapa untung” untuk memperkuat branding produk kreatif umkm desa arjasa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 9(2), 360 – 367. DOI: 10.25047/j-dinamika.v9i2.4909
- Ariano, M. (2017). Pengaruh rebranding dan repositioning terhadap brand equity smartphone microsoft lumia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 6(5), 1452-1461. DOI: <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/1071/859/>
- Andriani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding sofyan hotel cut meutia dalam meningkatkan citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi* 2(1), 93-104. DOI: <https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/download/876/508>
- Asthararianty, & Lesmana, F. (2018). Studi hermeneutik: desain layout buku biografi merry riana. *Nirmana*, 18(1), 13-19. DOI: 10.9744/nirmana.18.1.13-19
- Burhanudin & Novriza, E. D. (2023). Fashion branding strategy to encourage online store patronage intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 121-134. DOI : <https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.2.121-134>
- Budelman, K., Kim, Y., & Wozniak, C. (2010). *Brand identity essential*. US: Rockport, Inc.
- Chernev, A. (2025). *Strategic brand management fourth edition*. American: Cerebellum Press.
- Ersyad, A. F. & Arifin, S. D. (2021). *Semiotika teori dan aplikasi pada desain logo*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.
- Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran produk dan merek*. Penerbit Qiara Media.

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, F. E., Istiqomah, R. R., Fardani, A. R., Sukamana, J. D., & Auliya, H. N. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group
- Hirawaty, F., & Darma, S. G., (2022). Menelisik digital marketing dan unique selling point pada skincare Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(2), 189-209. DOI: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Halim, Maulana, Hidayanti, & Batu, (2022). Pengaruh brand personality terhadap purchase decision smartphone dimediasi brand trust. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 118-131. DOI: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/download/5349/2981/>
- Indonesia. Kementerian Keuangan. (2021). Generasi “Milenial” dan Generasi “Kolonial”. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>
- Indoneisa, UKM (2022). Peluang pasar jabodetabek. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-jabodetabek>
- Islami, B. P. Rizal, E., & Mulyana, S. (2024). Strategi pengembangan brand identity dalam industry fashion brand hirka shoes. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(2). DOI : <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1211>
- Iskandar, H. (2022). Analisis brand mantra di jejaring hotel grup Lokal Terhadap Interaksi pelanggan dengan studi kasus: Favehotel. *Bogor Hospitality Journal*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.55882/bhj.v4i1.7>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan buku ajar tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), 123-129. DOI: 10.9744/nirmana.23.2.123-129
- Karyani, A., C. (2020). Pengaruh brand value dan sales revenue terhadap kinerja perusahaan (studi kasus pada samsung elektronik global). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1). DOI: <https://doi.org/10.34010/jimm.v6i1.3758>
- Keller, K. L., Aperia, T., & Georgson, M. (2012). *Strategic brand management* (2th ed.) UK: Pearson Education Limited
- Khuzafah, E. (2018). Penggunaan white space dalam pembuatan presentasi yang efektif dan komunikatif. *Jurnal PPSDMMIGAS*, 8(2), 48-55. DOI <https://ejurnal.ppsdmmigas.esdm.go.id/sp/index.php/swarapatra/article/view/28>
- Kosteljik, E., & Alsem, K., J. (2020). *Brand positioning connecting marketing strategy and communications*. Routledge

Kusumastuti, A. D., & Devi, T., O., A. (2022). Strategi peningkatan penjualan produk melalui pendekatan unique selling point dalam menunjang eksistensi bisnis hni hpa. *Jurakunman*, 15(1), 31-39. DOI: www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id

Landa, R. (2019). *Graphic design solutions* (6th ed.). Boston: Cengage.

Lewis, R. (2013). *Modest fashion styling bodies*. New York: I.B.Tauris & Co Ltd.

Liana, Y. (2020). Citra merek, kualitas produk dan brand personality terhadap minat beli. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1). DOI: <https://jurnal.stkipgritlungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/view/1556>

Mootee, I. (2013). *60-minute brand strategist*. US: Idea Couture Inc.

Mazaya, N. N., & Suliswaningsih. (2023). Perancangan ui/ux aplikasi “dengerin” berbasis mobile menggunakan metode design thinking. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 12(2), 40-49.
file:///C:/Users/62895/Downloads/10157-Article%20Text-37083-1-10-20231007.pdf

Mirza, M. M. I. (2022). Efektifitas implementasi tipografi dalam desain grafis berdasarkan perspektif hak kekayaan intelektual (haki) di Indonesia. *Jurnal Visual Ideas*, 2(2), 70-75. DOI: https://www.researchgate.net/publication/43330424_TIPOGRAFI_DALAM_DESAIN_KOMUNIKASI_VISUAL

Putri, F. R., Fitriani, W. E., & Sartika, H. S. (2022). Analisis strategi pemasaran erigo store brand fashion lokal Indonesia yang mendunia. *Jurnal Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5). DOI : [10.55047/transekonomika.v2i5.185](https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185)

Poulin, R. (2018). *Design school layout a practical guide for student and designers*. USA: Rockport Publishers

Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2024). Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan kuesioner. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1).
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL/article/download/238/186/2598>

Radhitianti, A. (2023). Komposisi elemen grafis pada produk kreatif dalam membangun identitas visual jenama. *Jurnal Komunikasi visual*, 2(3).
<https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekamakna/article/view/10550>

- Reza, A. W. M., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan fotografi sebagai media promosi digital brand lokal cutoff. *Jurnal UNESA*, 4(3). 259-267. DOI: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Salma, G & Falah, M. A (2023). Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dan karakter mahasissea universitas muhammadiyah Bandung. *Jurnal ATRAT*, 11(1), 95-103. file:///C:/Users/62895/Downloads/atrat,+9.+Ghaita+Salma+94-103.pdf
- Susanto, A. A. (2017). Fotografi adalah seni: sanggahan terhadap analisis roger scruton mengenai keabsahan nilai seni dari sebuah foto. *Jurnal Of Urban Society's Arts*, 4(1), 49-60. DOI: <https://journal.isi.ac.id/index.php/JOUSA/article/download/>
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity* (4th ed.). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Wardhana, A. (2021). *Brand management in the digital era*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.
- Widyarti, T, E., Prapti, L., R., & Ariefiantoro, T. (2021). The effect of brand value, brand awareness, brand loyalty on brand equity in sharia banking industry. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(1), 38-44. DOI: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/38747>
- (Wibowo, A. A. (2015). Fotografi tak lagi sekadar alat dokumentasi. *Jurnal UNESA*, 9(2), 137-142. DOI: <https://journal.unnes.ac.id/nju/imajinasi/article/view/8847>
- Triadi, D. & Darnita, D. C. (2021). Strategi membangun brand image dan promosi dengan sosial media pada umkm jawet sama arep. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 326-348. DOI: <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.241>
- Triwijayati, A., & Pradipta, B. D. (2018). Kelas sosial vs pendapatan: eksplorasi faktor penentu pembelian consumer goods dan jasa. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 141-158. DOI: <https://www.ecojoin.org/index.php/EJE/article/download/365/343>
- Yana, K. H. K., & Suparna, G. (2024). *Membangun kepuasan pelanggan peran servicescape dan brand image*. Jakarta: Intelektual Manifes Media.