

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, J., & Muthohar, M. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Dan Niat pembelian ulang konsumen Pembelian Merek Rabbani. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Dan Niat Pembelian Ulang Konsumen Pembelian Merek Rabbani, 2(1), 230–251. <https://doi.org/10.58192/populer.v2i1.652>
- Abdurrahman, D. I., Dienaputra, R. D., Wardiani, S. R., & Rachmat, N. (2022a). Estetika Morfologi Logo, 32(1), 106–119.
- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas visual Pada media Promosi event open studio 7 di Florto Studio. AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, 4(01), 68–75. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>
- Adynata, Y. (2020). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PT WIJAYA MULTI KONSTRUKSI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND RECOGNITION, 1–54
- Ainur, B. T. (2020). DISRUPTIVE INNOVATION (INOVASI MENGGANGGU): PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN BUDAYA ORGANISASI, 5, 73–82.
- Akbar, A., Anugrah, D. P., Rosiano, R. A., & Riorini, S. V. (2022). Pengaruh brand attitude, Brand Quality, Dan Brand value terhadap brand loyalty smartphone Samsung di Bekasi. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 6(1), 98–106. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.23624>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. Generics: Journal of Research in Pharmacy, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>

- Amilia, W., Rusdianto, A. S., Choiron, M., Suryadharma, B., Rokhani, & Adila, H. (2024). Pengembangan “Pacapa Untung” Untuk Memperkuat Branding Produk Kreatif UMKM Desa Arjasa, 9(2), 360–367. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v9i2.4909>
- Andika, R. D., & Prisanto, G. F. (2019). Pengaruh Brand Personality Dan Brand Experience Terhadap Emotional Brand Attachment Pada Merek Vespa, 4(2), 179–188.
- Barnes, V., & Newton, L. (2020). Women, uniforms and brand identity in Barclays Bank. *Business History*, 64(4), 801–830. <https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1791823>
- BeritaSatu.com. (2021). Ahmad Riza: Jakarta Kota heterogen Dan Toleran. [beritasatu.com. https://www.beritasatu.com/megapolitan/751775/ahmad-riza-jakarta-kota-heterogen-dan-toleran](https://www.beritasatu.com/megapolitan/751775/ahmad-riza-jakarta-kota-heterogen-dan-toleran)
- B2B, A. I. (2024, November 7). *Tren Pasar Skincare di Indonesia*. Indocare B2B. <https://indocareb2b.com/pasar-skincare-di-indonesia/>
- Christyawan, H., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan brand Satisfaction Dan Brand Trust Berbasis Brand Value Terhadap brand loyalty (Studi Pada Pengguna Apple Iphone di semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 75–91. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.75-91>
- Desipriani. (2024). Penggunaan Window Light sebagai Sumber Pencahayaan Alami dalam Fotografi. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(3), 303–310
- Fadhillah, S. I., & Chandra, S. (2023). PROPORSI DAN KESEIMBANGAN FASAD PADA BANGUNAN KOLONIAL GEDUNG NEGARA. *JURNAL ARSITEKTUR*, 15(1), 16–21.

- Fadiah, S. N., & Satriadi. (2024). PERAN WARNA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL LOGO, 3(2), 126–134.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26858/p.v3i2.62470>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam dunia visual. IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru, 12(2), 90–97.
<https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Fauzi, U. I. (2021). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah, 2(1), 42–47.
- Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna Dan Penggunaan Siluet Dalam Desain Karakter, 1–14.
- Halim, S., Maulana, N., Hidayanti, A., & Batu, R. L. (2022a). Pengaruh brand personality TERHADAP Purchase Decision smartphone Dimediasi Brand Trust. JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 12(1), 117–131.
<https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.5349>
- Hana, A. F., Desrizal, Dewi, A., Wulandari, S. H., & Fantini, E. (2024). Peran copywriting Pada Iklan “Jadi LEBIH Baik” bank mandiri di media sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Journal of Information Systems Management and Digital Business, 1(4), 429–437.
<https://doi.org/10.59407/jismdb.v1i4.918>
- Harahap, N. A., & Oemar, E. A. B. (2020). INSPIRASI DESAIN GAYA VINTAGE DALAM PERANCANGAN BUKU INFOGRAFIS MAKANAN POPULER TRADISIONAL MELAYU KEPULAUAN RIAU, 1(3), 50–63.
- Harsanto, P. W. (2019a). Fotografi Desain.
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari visual Konten Instagram Indonesia tanpa Pacaran Ditinjau dari teori retorika. Magenta | Official Journal STMK Trisakti, 5(01), 726–739.
<https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>

- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna Dan Prinsip DESAIN user interface (UI) Dalam Aplikasi Seluler “bukaloka.” Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain, 5(1), 105–119. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>
- Herdyanti, L. Q., & Mansoor, A. Z. (2020). Analysing opportunity for new established Acne focused skincare brand in indonesian beauty industry. European Journal of Business and Management Research, 5(2). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.2.272>
- Ibadi, R. M., & Prijotomo, J. (2023). Kajian Prinsip Dan Elemen Desain Arsitektur Nusantara. Local Engineering, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.59810/lejlace.v1i1.29>
- 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>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. (2021). Strategi branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah negeri. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Komparasi Brand index*. Komparasi Brand. (n.d.). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=1&id_subkategori=183
- Kusumastuti, A. D., & Devi, A. O. T. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan produk melalui Pendekatan unique selling point Dalam Menunjang eksistensi bisnis HNI HPAI. Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen), 15(1), 31–39. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.88>
- Kusumowardani, P. (2020). Penerapan Prinsip Desain Pada Matakuliah Nirmana Melalui Metode Research Through Design, 198–204.

- Limanseto, H. (2024, February 3). Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy. - kementerian Koordinator Bidang perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-kemenk>
- Mansyur, M. Y. Z., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Personality Terhadap Purchase Intention Pada Restoran Mie Gacoan Cabang Merr Kota Surabaya, 7(2), 1513–1525.
- Mastura, F., Palawi, A., & Ismawan. (2021). ANALISIS STILASI DALAM PROSES PEMBUATAN RANUP HIAS ACEH YANG DITINJAU DARI PRINSIP-PRINSIP DESAIN. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Drama, Tari, Dan Musik, 6(4), 195–203.
- Mazaya, N. N., & Suliswaningsih, S. (2023). Perancangan UI/UX APLIKASI “Dengerin” berbasis mobile menggunakan metode design thinking. Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika, 12(2), 39–49. <https://doi.org/10.34010/komputa.v12i2.10157>
- Mirza, I. M. (2022). Efektifitas implementasi Tipografi Dalam Desain Grafis berdasarkan Perspektif Hak kekayaan intelektual (Haki) Di indonesia. Efektifitas Implementasi Tipografi Dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Di Indonesia, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Muharram, L. H., Syaputri, F. N., Pertiwi, W., & Saputri, R. F. (2022). Aktivitas antibakteri Ekstrak Bawang Hitam variasi waktu aging Terhadap Pencegahan dysbiosis kulit penyebab jerawat. Jurnal Sains Dan Kesehatan, 4(2), 181–188. <https://doi.org/10.25026/jsk.v4i2.1035>
- Mujiaty, Y., Asmadi, I., Novayanti, D., & Octafiany, H. (2022). Pengaruh brand awareness Dan brand positioning TERHADAP Pembelian Produk

- chocolatos PT Garudafood Jakarta. JURNAL DIMENSI, 11(2), 338–345.
<https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.3976>
- Nugroho, S. A., Rudjiono, D., & Rahmadhika, F. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan Dalam bentukstationery DESAIN di Rumah Kreasi grafika. Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis, 14(1), 48–57.
<https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>
- Pariury, J. A., Christian, J. P., Rebecca, T., Veronica, E., & Arijana, I. G. K. N. (2021). POTENSI kulit jeruk Bali (citrus maxima Merr) sebagai antibakteri propionibacterium acne Penyebab Jerawat. Hang Tuah Medical Journal, 19(1), 119–131. <https://doi.org/10.30649/htmj.v19i1.65>
- Prasasti, A. M. Y., & Fadhilasari, I. (2022). Analisis Aspek Makna Pada slogan Peringatan membuang sampah Dengan Menggunakan UNSUR Komedi : Tinjauan Semantik. Buana Bastra, 9(1), 78–87.
<https://doi.org/10.36456/bastra.vol9.no1.a6112>
- Prasetyo, M. E., & Saputri, R. W. (2021). KAJIAN VISUAL KOMPOSISI SIMETRIS DAN ASIMETRIS FOTOGRAFI SURREAL FASHION KARYA NATALIE DYBISZ. Prosiding SNADES 2021 - Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia Di Era Pandemi, 293–301.
- Profil Perkembangan Kependudukan DKI Jakarta. Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil provinsi DKI Jakarta – Jawara Jagonya melayani warga. (2024). https://kependudukancapil.jakarta.go.id/data_2022_1/
- Purnama, P. A., & Tahalea, S. A. (2020). Pelatihan Fotografi produk untuk iklan di internet SAAT MASA PANDEMI Bersama Pemuda tebet melalui daring. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN), 2(2), 97–107.
<https://doi.org/10.25105/jamin.v2i2.7455>
- Putra, A. (2020). PROFIL PENDERITA ACNE VULGARIS YANG MENDAPATKAN TERAPI ANTIBIOTIK ORAL DAN TOPIKAL DI

BALAI KESEHATAN KULIT, KELAMIN DAN KOSMETIKA
MAKASSAR PERIODE 2018-2019.

- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga loyalitas Konsumen Pada Masa pandemi covid-19. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1415>
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA SOSIAL TRIVERSA SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Barik*, 3(3), 221–235.
- Realdy, V. (2022, August 30). Data Profil Konsumen Indonesia 2022 Terbaru Dan Lengkap - blog dipstrategy. Blog DiPStrategy - Digital Agency Jakarta - Indonesia. <https://dipstrategy.co.id/blog/data-profil-konsumen-indonesia-2022-terbaru-dan-lengkap/>
- Reza, M. W. A., & Anggalih, N. N. (2023). PERANCANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL BRAND LOKAL CUTOFF, 4(3), 259–267.
- Rezky, R. M. (2024). Pengaruh brand personality, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buku di Gramedia Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(2), 717–731. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i2.6474>
- Rifdan Musyaffa, M., Lukitasari, E. H., & Yulianto, A. (2023). Fotografi produk Sebagai media Promosi Banyumili store. *JURNAL KEMADHA*, 13(1), 27–50. <https://doi.org/10.47942/ke.v13i1.1322>
- Rijal, A., & Zainaldi, R. A. (2024). TYPOGRAPHY: CREATING NEW FONTS AS VISUAL COMMUNICATION DESIGN MEDIA, 2(9), 25–42.
- Ritonga, S. B. P., Wardana, K. A., Iswahyudi, A., & Rahmawaty, D. (2023). PERANCANGAN VISUAL GRAPHIC STANDARD MANUAL UNTUK LOGO VARION FARM, 3(1), 444–453.

- Roji, P., Wibisono, R. W., & Indra K, W. (2023). PERANCANGAN BUKU GRAPHIC STANDART MANUAL SEBAGAI PANDUAN AKTIVITAS REBRANDING PADA UMM KICHACACTUS, S UCCULENT AND PLANT. *Jurnal Nawala Visual*, 5(2), 103–109.
- Salsabilla, R. (2024). Gen Z Dan Milenial kompak rela habiskan Rp300 Ribu Demi skincare. Gen Z dan Milenial Kompak Rela Habiskan Rp300 Ribu Demi Skincar. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240807152050-33-561161/gen-z-dan-milenial-kompak-rela-habiskan-rp300-ribu-demi-skincare>
- Sari, N. P., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh celebrity endorser Dan Brand image terhadap minat beli konsumen skincare MS GLOW (Studi Pada konsumen ms glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>
- Sari, P. E., Efrilia, M., & Nur Kamilla, N. S. (2023). PENGETAHUAN PENDERITA JERAWAT (ACNE VULGARIS) TENTANG SKINCARE DI RW 013 PERUMAHAN MUSTIKA GRANDE BURANGKENG SETU. *Jurnal Farmasi IKIFA*, 2(1), 61–72.
- Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva untuk Remaja di Desa Kalikejambon. *INFORMATIKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(3), 105–109.
- Setyowati Rahardjo, F. R., & Prudence, B. M. (2023). The Management of Social Media Content at Kebun Surgawi Mengwi with Visual Story Telling Approach. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)*, 2(2), 139–152.
- Sifatullah, N., & Zulkarnain. (2021). Jerawat (Acne Vulgaris): Review Penyakit Infeksi Pada Kulit, 19–23.
- Silaban, B. E., & Angellista, F. (2021). ANALISIS ELEMEN-ELEMEN BRAND EQUITY PADA SINETRON DUNIA TERBALIK, 24(1), 64–92.

- Sinaga, A. S., & Sawitri, D. K. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 279–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13377508>
- Song, Y., & Luximon, Y. (2020). Trust in AI agent: A systematic review of facial anthropomorphic trustworthiness for Social Robot Design. *Sensors*, 20(18), 5087. <https://doi.org/10.3390/s20185087>
- Srivastava, P., Ramakanth, D., Akhila, K., & Gaikwad, K. K. (2022). Package design as a branding tool in the cosmetic industry: Consumers' perception vs. reality. *SN Business & Economics*, 2(6). <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00222-5>
- Stevi, & Artina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang, 12(1), 139–150.
- Suardika, I. M., Nindhia, C. I., & Candrayana, I. B. (2023). Pemotretan prewedding style Bali modifikasi dengan teknik artificial light. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(2), 230–237. <https://doi.org/10.59997/rjf.v3i2.1290>
- Thang, C. (2022). Peran Dan Pentingnya brand identity untuk small-medium business Dan Startups. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 1(2), 58–105. <https://doi.org/10.37312/imatype.v1i2.5896>
- Tingkatkan Permainan Fotografimu: Komposisi rule of third & golden ratio (fibonacci). (n.d.-a). <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-manado/baca-artikel/14259/Tingkatkan-Permainan-Fotografimu-Komposisi-Rule-of-Third-Golden-Ratio-Fibonacci.html>
- Tsabitah, E. R. A., & Kusumandyoko, T. C. (2024). ANALISIS PRINSIP LAYOUT TOM LICHTY PADA FEED INSTAGRAM WARDAH. *Jurnal Barik*, 6(2), 159–173.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity* (4th ed.). y John Wiley & Sons, Inc.

- Wicaksono, H. (2021). Penerapan brand positioning TERHADAP Efektifitas Kunjung Anggota perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan Khusus Pertanian di Indonesia. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.17977/um008v5i12021p28-38>
- Wisnu Ibadi, R. M., & Prijotomo, J. (2023b). Kajian Prinsip Dan Elemen Desain Arsitektur Nusantara Studi Kasus: Arsitektur Tradisional Batak Karo, 1(1), 1–10.
- Yusa, V. D., Lilyana, B., & Septilia, R. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP PERLUASAN MEREK XIAOMI DI BANDAR LAMPUNG, 1(2), 132–139.
- Zahara, R. (2022). Implementasi hue saturation value (HSV) untuk identifikasi fraktur tulang. *Resolusi : Rekayasa Teknik Informatika Dan Informasi*, 2(5), 214–224. <https://doi.org/10.30865/resolusi.v2i5.369>
- Zed, E. Z., Febrika, D., Marlina, Saputra, M. N., Fauzie, A., & Lestari, N. (2024). Pentingnya logo/brand Dalam Membangun Branding Pada Umkm di Cikarang Utara. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 439–444. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i3.77>
- Zulkarnain, R., & Gusti, R. (2020). IMPLEMENTASI TEKNIK FORUM GROUP DISCUSSION (FGD) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS HASIL BELAJAR MELALUI MATA KULIAH SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI, 3(2), 292–299.