

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.
- Andinda, V. (2023). *Perancangan Ulang Identitas Visual Golden Monkey*. https://kc.umh.ac.id/id/eprint/24315/7/BAB_II.pdf
- Ardiansyah, N., Risnita, N., & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Alfiansyah, R. (2024b). *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>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cuaca, M. A., Warjoyo, J. G., & Darmo, B. (2023). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEBUAH USAHA ELEKTRONIK RUMAH TANGGA*. *Gorga Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 26. <https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.43358>
- Fadhlurrahman, M. (2023). *Perancangan Media Promosi Dalam Bentuk Promotion Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Komonsirkel*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/12088/1/Halaman%20Identitas.pdf>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). *Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review*, 1(2), 85–114. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph/article/view/937/743>
- Hanif, R. (2022). *Data Profil Konsumen Indonesia 2022 Terbaru dan Lengkap*. <https://dipstrategy.co.id/blog/data-profil-konsumen-indonesia-2022-terbaru-dan-lengkap/>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING UMKM DI KECAMATAN TEMBALANG SEMARANG*. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.12>

- Ichsan, I., & Ali, A. (2020). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif*. *Musikolastika Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(2), 85–93. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.48>
- Iswanto, R. (2023). *Perancangan Buku Ajar Tipografi*. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Indraswari, S. A. (2024, Juni 4). *Tangerang Diincar Pemburu Properti, Pengembang Bangun 'Kota' Baru*. *Detikproperti*. <https://www.detik.com/properti/berita/d-7373348/tangerang-diincar-pemburu-properti-pengembang-bangun-kota-baru>
- Karja, I. W. (2021). Makna Warna. *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara*, 1(1). <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>
- Levanier, Johnny. (2020). *Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding*. <https://www.vistaprint.com/hub/visual-identity>. Diakses pada tanggal 20 September 2024.
- Lestari, N., Mair, R. Z., & Afrizal. S.A. (2021). *Company Profile Pada Kantor Desa Lumpatan 1 Berbasis Web*, 2(3). [https://journal.jis-institute.org > article > download](https://journal.jis-institute.org/article/download)
- Mahendra, A. E. (2023). *Redesain Identitas Visual CV. Singhasari Sebagian Upaya Meningkatkan Brand Awarness*. (Tugas Akhir, Universitas Dinamika). <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6959/1/17420100044-2023-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- Manurung, K. (2022). *MENCERMATI PENGGUNAAN METODE KUALITATIF DI LINGKUNGAN SEKOLAH TINGGI TEOLOGI*. *Filadelfia Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(1), 285–300. <https://doi.org/10.55772/filadelfia.v3i1.48>
- Ningsih, A. Y., & Oemar, B. A. E. (2021). *Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagian Media Promosi*, 2(3), 97-110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42273/36329>
- Paksi, D. N. F. (2021). *Warna Dalam Dunia Visual*. *IMAJI Film Fotografi Televisi & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Prasetyo, D. D. A., & Arifianto, F. P. (2023). *Pengaruh Warna, Bentuk, dan Tipografi Desain Logo Ukel Sebagian Brand Dari PT. Colar Creativ Industri*, 2(3), 1-10. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/917/885>

- Rinaldi, M., Pertiwi, A. B., & Satyadharma, I. G. N. W. (2023). *Perancangan Brand Identity Bandung Communication and Community (Bdgcom_Unity)*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(4), 1193-1198. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i4.749>
- Ruhulelessin, F. M., & Alexander, B. H. (2024). Sektor Konstruksi dan Properti Sumbang Rp 185 Triliun ke Negara, https://www.kompas.com/properti/read/2024/11/08/120000821/sektor-konstruksi-dan-properti-sumbang-rp-185-triliun-ke-negara#google_vignette
- Rohman, L., & Chidtian, A. (2023). *Pentingnya Perancangan Identitas Visual Bagi Komunitas Kewirausahaan SMPN 2 Trawas Kabupaten Mojokerto*, 2(6), 304-308. <https://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/view/176/103>
- Ramdhan, F., Rinaldi., & Pebriani, N. (2021). Analisis Penempatan dan Design Bentuk Tata Informasi di Kawasan Pasar Bawah Kec, Senapelan Kota Pekanbaru, 1(1), 78-84. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/senkim/article/download/7744/3250/>
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). *PENGARUH TAGLINE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS (Studi pada Produk Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*, 2(4), 80-91. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/viewFile/4056/3609>
- Siregar, M. F., Panggabean, S., & Simanjuntak, H. (2022). *Pengaruh Pembangunan Media Brosur terhadap Kemampuan Siswa Menulis Teks Prosedur Kelas XI SMA Swasta Hosana Medan*. <https://jptam.org/jptam/article/download>
- Srihidayati, N. G. (2023). *Perancangan Logo dan Desain Kemasan Keripik Pisang Tanduk Arjuna di Kota Palopo*. *Perbal Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 11(1), 74–82. <https://doi.org/10.30605/perbal.v11i1.2291>
- Thang, C. (2022). Peran dan Pentingnya Brand Identity untuk Small-medium Business dan Startups. 1(2), 58-105 <https://ojs.uph.edu/index.php/IMATYPE/article/download/5896/2675>

Keller, L. K. (2012). *Strategic Brand Management*

Lasminingrat, A. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*

Sulianta, F. (2025). WARNA: Makna, Sejarah & Kekuatannya

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the entire branding item. Hoboken, NJ: Wiley*



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA