

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S., & Tiofani, K. (2022, September 9). *Kesehatan Jadi Fokus Utama Konsumen Indonesia saat Pilih Makanan*. Kompas. <https://www.kompas.com/food/read/2022/09/09/181900175/kesehatan-jadi-fokus-utama-konsumen-indonesia-saat-pilih-makanan>
- Ainun, N., Altri, W., & Rian, M. 2023. Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681. doi: 10.36778/jesya.v6i1.967.
- Alijoyo, A., Wijaya, B., & Jacob, I. (2021). Structured Or Semi-Structured Interviews. (Wawancara Terstruktur Dan Semi Tersestruktur). Bandung: CMRS. Indonesia.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press.
- Apriyanti, Y., Lorita, E., Yusuarsono. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 130-139. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>
- Badrudin, H., Ilyas, J., & Sulistiadi, W. (2022). Strategi Branding Dalam Pemasaran Di Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 229-232. <https://doi.org/10.14710/jkm.v10i2.32774>
- Blakeman, R. (2011). *Advertising Campaign Design: Just the Essentials*. M.E. Sharpe, Inc.
- Budelmann, K., & Kim, Y. (2019). *Brand Identity Essentials, Revised and Expanded*. Rockport.
- Chin, T. A., Lawi, N. H. B. M., Muharam, F. M., Kohar, U. H. A., Choon, T. L., & Zakuan, N. (2020). Effects of Green Brand Positioning, Knowledge and Attitude on Green Product Purchase Intention. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 598–608. <https://doi.org/10.37200/ijpr/v24i1/pr200166>
- Dieva, D. P., & Dermawan, R. 2023. Pengembangan Umkm Melalui Optimalisasi Branding Pada “Bila Catering” Desa Tegalrejo Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(3), 120–129. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i03.643>
- Fakhrudin, A., & Yudianto, K. (2021). Pengaruh Brand Equity (Ekuitas Merek) Maskapai Garuda Indonesia Terhadap Loyalitas Penumpang. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 17(4), 690-700.

- Farida, E., Kholidah, N. R. J., Sarjono. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 40–47.
- Ferdinand, M., & Selamat, F. (2020). Brand Personality to Predict Brand Trust, Brand Attachment and Purchase Intention: Study on Cosmetic Products in Jakarta. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 439, 125-130.
- Fernandito, A. M., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Penerapan Gaya Hidup Sehat Terhadap Minat Mengonsumsi Makanan Sehat Pada Yellow Fit Kitchen. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(7), 613-619.
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk & Merek Planning and Strategy. Qiara Media.
- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 888–892.
- Iswanto, R. (2023). Buku Ajar Tipografi. Penerbit Universitas Ciputra.
- Karja, I. W. (2021). Makna Warna. Seminar Nasional Republik Seni Nusantara, 1, 110-116.
- Karsono, Purwanto, & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management. Pearson.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition). Pearson Education.
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). Menu Katering Sehat.
- Khasani, I., Ayyubi, A. F. Al, Nurdiansyah, A. M., Arfad, A. F., Soerosomito, I. N., Ritonga, S. B. P., & Diest, T. L. R. Van. (2021). Rebranding Untuk UMKM Ce Nyai HM Zein Di Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta. *PEDES: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Desain*, 1(1), 59–64.
- Khotimah, K. (2024). Perancangan Aplikasi E-Market Place Katering Berbasis Android. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 15(2), 250-259.

- Kotler, P., & Armstrong, G (2023). Principles of Marketing Global Edition 19th Edition. London: Pearson Education.
- Kurniansyah, M.A., & Oemar, E.A.B. (2021). Perancangan Identitas Visual dan Penerapannya dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*, 3(1), 97-110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Kurniawan, K.J., Wahyudi, R., & Hellyani, C.A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 231-242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Laksono, R. A., Mukti, N. D., & Nurhamidah, D. (2022). Dampak Makanan Cepat Saji Terhadap Kesehatan pada Mahasiswa Program Studi “X” Perguruan Tinggi “Y”. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 14(1), 35-39.
- Landa, R. (2018). Graphic Design Solutions. Cengage.
- Lehu, K. P. (2006). Brand Rejuvenation: How to Protect, Strengthen & Add Value to Your Brand to Prevent it from Ageing. Kogan Page.
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms>.
- Li, Y., Chiu, Y. H., Li, Y., Lin, T. Y., & Lin, Y. N. (2021). The influence of the internet on catering and accommodation industry efficiency. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 35(1), 949–970. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1952087>
- Mahnke, F.H. (1996). Color, Environment, and Human Response: An Interdisciplinary Understanding of Color and Its Use as a Beneficial Element in the Design of the Architectural Environment. Wiley.
- Novanda, W. A., & Widodo, A. (2022). Pengaruh Brand Positioning Terhadap Purchasing Decision Dengan Variable Intervening Product Quality (Studi Pada Produk Es Krim Campina Di Kota Bandar Lampung). *E-Proceeding of Management*.
- Nurfadilah, D. F. (2023). Hubungan Brand Equity Dan Kepuasan Konsumen dengan Minat Pembelian Ulang Susu Ultra High Temperature Merek Ultra Milk Di Garut Jawa Barat (Skripsi Sarjana, Universitas Siliwangi). <http://repositori.unsil.ac.id/10511/>

- Padira, A. G., Ahadiat, A., & Nabila, N. I. (2023). The Influence of Brand Positioning, Brand Image, Price on the Purchase Decision of Jhonny Andrean Salon in Bandar Lampung. *International Journal of Asian Business and Management (IJABM)*, 2(3), 309-322. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i3.4848>
- Pangestu, G.J., Sunarya, E., & Mulia, F. (2022). Peran Strategi Rebranding Dan Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CV. Roughrebel Abadi Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 287-295.
- Pebiansyah, A. O., Putra, R., Sulaeman, L. R., Sanjaya, M., Utama, D., Padang, E., & Kurnaesih. (2024). Membuat Video Promosi Digital Dengan Provocation Method (Hook & Tagline). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(9), 2049-2057.
- Poulin, R. (2018). *Design School: Layout: A Practical Guide for Students and Designers*. Rockport.
- Pratama, A. R., & Gita, W. (2023). Pengaruh Rebranding Gojek terhadap Citra Perusahaan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 901-908. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i3.9599>
- Prawiyogi, Sadih, Purwanugraha, Elisa. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452. <https://dx.doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Purnama, B. E. (2022, November 1). *Makanan Sehat akan Digandrungi pada 2022*. mediaindonesia. <https://mediaindonesia.com/weekend/463524/makanan-sehat-akan-digandrungi-pada-2022>
- Purwanto, F. A. V., & Wulandari, S. (2024). Perancangan Brand Guideline Brawijaya Delight. *Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 124-131. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v2i1.1953>
- 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>
- Raposo, D., Ribeiro, R., Correia, R., & Neves, J. (2023). Brand Marks' Performance in Digital Media. *Human Dynamics and Design for the Development of Contemporary Societies*, 81, 40-48. <https://doi.org/10.54941/ahfe1003531>
- Rizaty, M. A. (2023, Oktober 27). *Data Pengeluaran Makanan Jadi per Kapita (Maret 2018-Maret 2023)*. dataindonesia.id.

<https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/data-pengeluaran-makanan-jadi-per-kapita-maret-2018maret-2023>

- Sari, D.M., Fitriani, N., & Arfiani, M. (2021). Penerapan Marketing Branding Strategy Pada Unit Usaha Mikro Kecil Pondok Yatim Binaan Human Initiative Aceh. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 119-135.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. 2019. Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 125–136. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4864.g2942>.
- Stevi, & Artina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 139-150.
- Suhermin, & Hermawati, A. (2021). Membangun Kepercayaan Kepada Rumah Sakit Berdasarkan Kualitas Layanan dan Kepuasan. *Equilibrium*, 10(1), 51-59. <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/3909/>
- Sujarwadi, A., Karim, A. M., & Afnan, A. (2019). Desain Sistem Promosi Usaha Katering (Jasa Boga) Kelompok PKK Desa Sumberadi, Kabupaten Sleman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 52-56. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i2.1674>
- Toker, M. (2022). Seni Sukses. MELTEM TOKER.
- Tondreau, B. (2019). Layout Essentials Revised and Updated: 100 Design Principles for Using Grids. Quarto.
- Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). Strategi Membangun Brand Imagedan Promosidengan Sosial Mediapada UMKM Jawet Sama Arep. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 326-347. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.241>
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Jurnal Nuansa Informatika*, 16, 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa>
- Tyasno, B. L., Anggalih, N.N. (2023). Rebranding Umkm Dapur Ricci's Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 67-79.
- Wheeler, A. (2018). Designing brand identity. John Wiley & Sons.

Zhou, W. (2023). Research on Brand Rejuvenation Strategy of Old Brands from the Perspective of Brand Marketing. *Advances in Economics Management and Political Sciences*, 58(1), 266-273



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA