

DAFTAR PUSTAKA

- Adobe Illustrator. (2024). Diakses 23 Juni 2024, dari <https://www.adobe.com>
- Adobe Photoshop. (2021). Diakses 23 Juni 2024, dari <https://www.adobe.com>
- Alakkas, et al. (2022). *Corporate Social Responsibility and Firm-Based Brand Equity: The Moderating Effect of Marketing Communication and Brand Identity*. International Journal.
- Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam. (2020). *Jumlah Total Objek Wisata Kota Pagar Alam*. Diakses 13 Juni 2024, dari <https://pagaralamkota.bps.go.id/indicator/16/341/1/jumlah-objek-wisata-kota-pagar-alam.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam. (2021). *Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Pagar Alam*. Diakses 13 Juni 2024, dari <https://pagaralamkota.bps.go.id/indicator/16/171/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-yang-berkunjung-ke-kota-pagar-alam-kunjungan-.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam. (2022). *Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Pagar Alam*. Diakses 13 Juni 2024, dari <https://pagaralamkota.bps.go.id/statictable/2023/12/22/50/jumlah-rumah-makan-restoran-menurut-kecamatan-di-kota-pagar-alam-2019-2022.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Pagar Alam*. Diakses 13 Juni 2024, dari <https://pagaralamkota.bps.go.id/indicator/16/171/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-yang-berkunjung-ke-kota-pagar-alam-kunjungan-.html>
- Dwi Wira Gardha Yuniahans, P., Parlika, R., Saneval Arhinza, R., & Ghifari Alifian, M. (2022). *Uji Validitas Aplikasi Si-Book Menggunakan SPSS Dengan Kombinasi Metode R-Tabel & Cohen'S Kappa*. Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika, 16(2), 121-133. <https://doi.org/10.47111/jti.v16i2.5001>
- Dewi Intan Kurnia & Salman Al Jawawi. (2023). *Perancangan Brand Identity oleh PT. Gempita Cahaya makmur di Kawasan DKI Jakarta*. Jurnal of Visual Communication Design, 3(2), 1–16. <https://www-1tandfonline-1com-1mijd rsul0a52.hps.bj.uj.edu.pl/doi/abs/10.1080/09688080.2018.1467361%0Ahttps://about.jstor.org/terms%0Ahttps://www.jstor.org/stable/3174448?seq=1>
- Dewi, W. N., Sevtiana, A., Suwandi, S., & Julaeha, T. S. (2022). *Perancangan Brand Identity Dan Banner Sebagai Media Promosi Bunabee Fashion Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Jurnal Barik, 12(1), 54. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.217>
- Elly, E., Ginting, T. W., & Ritonga, R. D. (2024). *Pelatihan Adobe Photoshop Untuk Meningkatkan Skill Desain Grafis Pelajar SMA Wiyata Dharma Medan*. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(1), 9–17.
- Fadiah, S. N., & Satriadi. (2024). *Peran Warna Dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo Syafiqah Nur Fadiah dan Satriadi*. PARATIWI: Jurnal Seni Rupa Dan Desain, 3(2), 126–134.

- Fadilatunnisyah, F., Fakhirah S, R., Fasha, E. A., Putri, A. K., & Putri, D. A. J. D. (2024). *Penggunaan Uji Wilcoxon Signed Rank Test untuk Menganalisis Pengaruh Tingkat Motivasi Belajar Sebelum dan Sesudah Diterima di Universitas Impian*. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*, 2(1), 581–587. <https://doi.org/10.57235/ijedr.v2i1.1887>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33– 54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). *Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan)*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 52–60. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Fauzi Pane, R. R., & Harahap, A. (2023). *Studi Keanekeragaman Mikroalga di Perairan Sungai Barumun*. *BIOEDUSAINS: Jurnal Pendidikan Biologi dan Sains*, 6(1), 198–207. <https://doi.org/10.31539/bioedusains.v6i1.5442>
- Fauzi, A. H., & Sukoco, I. (2019). *Konsep Design Thinking pada Lembaga Bimbingan Belajar Smartnesia Educa*. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 37–45.
- Fauzi, H., Gunarti Wardani, W., & Purnengsih, I. (2022). *Kajian Desain Media Promosi Sebagai Strategi Pemasaran Di Smk Setia Negara Depok*. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 4(3), 279–293. <https://doi.org/10.30998/vh.v4i3.6303>
- Gede I, Y. G. I. A., Nita p, A., & Endrawan. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Pada Perusahaan Sandal Nandar Jaya Tasikmalaya)*. *J-CEKI: Jurnal Cendikia Ilmiah*, 1(6), 780–784.
- Ghalisthan, A. R. (2023). *Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Recognition (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudio)*. *Jurnal Akademik Universitas Asia Timur (Vol. 4, Issue 1)*.
- Hasan Basri, M., Cholisatur Rizaq, M., & Artikel, G. (2023). *Brand Identity Jamur Crispy Dua Putri Driyorejo Gresik Untuk Meningkatkan Brand Awareness Brand Identity Of Jamur Crispy Dua Putri Driyorejo Gresik To Increase Brand Awareness Article Info ABSTRAK*. 5(2), 123–136. <https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/sasak/workflow/index/868/5123JournalSasak>:<https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/sasak/index>
- Ibda, H. (2018). *Perancangan Rebranding*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Ibnu, I. M. (2019). *Tipologi Struktur Dan Konstruksi Tradisional*. *Jurnal Majalah Ilmiah Sriwijaya*, 30(17), 28–32.
- Idrus. (2022). *Pembuatan Logo Sebagai Corporate Identity Untuk Meningkatkan Brand Awareness Menggunakan Coreldraw X7 di Umkm STMJ Latar Taloen Malang*. In *Jurnal Aplikasi Bisnis (Vol. 8, Issue 1)*.

<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/619>

- Indika, D. R., & Dewi, W. U. (2020). *Analisis Rebranding untuk Membentuk Favorable Brand Image Pada Radio Play 99ers*. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika), 15(2), 121–135. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>
- Iskandar, J., Sari, Y. K., & Fathurrohman, A. (2023). *Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 1(8), 1417-1424.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Artikel Statistik yang Benar*. Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI), 18210047, 1–12.
- Januar Ibrahim. (2025). *Analisis Pengaruh Branding Visual terhadap Minat Beli Konsumen*. MES Management, 4, 652–661. <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/visual-design/branding/>
- Jeconiah Lunardi dan Drs. Sugiono Sugiharto, M.(2019). *Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Pembentukan Brand Image Dengan Promotion Mix Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Speedo*. Universitas Kristen Petra.
- Karina Aprilyani. (2021). *Pengembangan Aplikasi Pembelajaran Interaktif Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Daring Guna Meningkatkan Minat Belajar Siswa di SMK*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kwanda, C., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2019). *Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya*. Jurnal DKV Adiwarna, 1–10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/8558%0Ahttp://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/8558/7731>
- Mogaji, E. (2019). *Brand Guideline*. SSRN : <https://ssrn.com/abstract=3316485> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn3316485>
- Moleong (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue Maret).
- Mulyati, M. I. (2022). *Studi Pemilihan Warna terhadap Interior Kamar Praktek Dokter dan Ruang Tunggunya Anak Berkaitan terhadap Tingkat Stres Pasien*. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4(6), 7464–7468.
- Murphy and Rowe. (2019). *Teori Tentang Logo Beserta Elemen Visualnya dan Teori Budaya Perusahaan*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.
- NapoleonCat. (2024). *Instagram users in Indonesia*. Diakses 13 Juni 2024, dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>
- Novitasari, F., Djahir, Y., & Fatimah, S. (2018). *Pengaruh Media Adobe illustator terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di SMA Srijaya Negara*. Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, 2(1), 59–67.
- Nugraha, Aditya Gesa. (2018). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Price, Dan Design Product Terhadap Keputusan Pembelian Honda*

- Vario 125 Di Banjarnegara (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP.
- Nurcahyo, M. (2022). *Kajian Peran Sketsa Dalam Proses Kreatif dan Pendidikan Desain (Kasus Pengalaman Belajar Desain di Era Digital)*. *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior*, 10(2), 86-97. <https://journal.isi.ac.id/index.php/lintas/article/7199>
- Nuriani, Abdurahman, D., Nugroho, A., Sulthan Al Aziz, H., Yosua, A., Solihin Hasibuan, M., Fauziah Adha, F., Firmansyah, R., & Irsyad Noer, F. (2022). *Pengenalan Software Dan Hardware Komputer Kepada Siswa Madrasah Tsanawiyah Raudhatussa'Adah*. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(2), 80–84. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/index>
- Pandawangi, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. *Journal Information*, 4, 1–5.
- Pertiwi, M. K., & Martadi, M. (2023). *Perancangan Brand Identity Umkm Jamu Sabay*. *Desgrafia*, 1(1), 199–212.
- Pratomo, L. C. (2021). *Pengaruh Design Thinking Model Stanford D. School Dalam Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Kesadaran Berwirausaha Melalui Keterampilan Kreativitas Peserta Didik*. Universitas Negeri Surakarta.
- Puspitasari, W. D., & Febrinita, F. (2021). *Pengujian Validasi Penelitian*. *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 4(1), 77–90. <https://doi.org/10.30762/factor-m.v4i1.3254>
- 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>
- Rahman, F. A. (2022). *Analisis Konten dan Tingkat Keterlibatan Akun Instagram @torajatripadventure dan Minat Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Wisata Tana Toraja*. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 279–289. <http://dx.doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7186>
- Rahmad, A. (2024). *Alasan Peneliti Menggunakan Analisis Statistik Wilcoxon (Non Parametrik)*. Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi.
- Ramadhan, N. Z. M. (2023). *Analisa Engagement Rate Untuk Optimalisasi Pemasaran Di Instagram Pada UMKM Online Berbasis Website*. *Jurnal Smart Teknologi*, 4(3), 274–285. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JST>
- Riqqoh, A. K. (2023). *Peranan Identitas Visual Berupa Logo Sebagai Brand Identity pada UMKM Andyni Collection*. 10, 257–264.
- Rochmawati, I. (2020). Prinsip-Prinsip dalam *Desain*. *Jurnal Universitas Komputer Indonesia*. <https://repository.unikom.ac.id/63436/>
- Rochmawati, I. (2020). *Unsur-Unsur dalam Desain*. *Jurnal Universitas Komputer Indonesia*. <https://repository.unikom.ac.id/63038/>
- Sari, H. K., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2020). *Brand Identity Untuk Kampung Singkong Salatiga Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek*. *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.31091/sw.v8i1.756>
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunata, M., Adityawan, A., & Sunarko, C. F. (2020). *Perancangan Ulang Identitas Visual Sebuah Produk Cemilan UMKM*. Rupaka, 4(1), 64–72.
- Susanti, E., Fatkhiyah, E., & Efendi, E. (2019). *Pengembangan UI/UX Pada Aplikasi M-Voting Menggunakan Metode Design Thinking*. Simposium Nasional RAPI XVIII FT UMS, 364–370.
- Utami, N., & Sujianto, A. E. (2023). *Islamic Branding: Analisis Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Wardah Kosmetik*. Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah, 7(1), 708–720. <https://doi.org/10.30651/justeko.v7i1.18058>
- Wibowo, A., Utami, B. S. U. S., & Pratiwi, P. (2020). *Perancangan Visual Brand Identity Tukang Sayoer Online Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain, 5(2), 125–142. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i2.7951>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2022). *Pengaruh Media Sosial*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Winata, D. H., & Andjarwati, A. L. (2019). *Pengaruh Rebranding Terhadap Loyalitas dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi pada PO Sugeng Rahayu)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 7(2), 327–333.
- Yanto, T. (2018). *Analisis Wacana Berita “Pro Kontra Larangan Nyaleg Untuk Eks Koruptor” Pada Portal Berita Online Detik.Com (Bulan Juli 2018)*. NBER Working Papers, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>