

## DAFTAR PUSTAKA

- Airey, D. (2019). *Identity Designed the Definitive Guide to Visual Branding* Beverly: MA: Rockport Publisher.
- Bambang, Bambang, Abdul Rahman Lubis, and Nurdasila Darsono. "Pengaruh Brand image, Brand personality, brand experience terhadap brand love dampaknya pada brand loyalty GAYO ACEH COFFEE PT. ORO KOPI GAYO KABUPATEN ACEH TENGAH." *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan* 8.3 (2017).
- Darmanto, Stephanie Martha, Ahmad Adib, and Ani Wijayanti Suhartono. "Perancangan Corporate Identity Dan Kemasan Kopi Surya Kintamani Bali." *Jurnal DKV Adiwarna* 1.2 (2013): 12.
- Desara, I., & Ardia, V. (2023). *Proses Perencanaan Media di Advertising Agency PT. Citra Surya Indonesia pada Brand Wardah*. *Journal on Education*, 6(1), 7711-7721.
- Kahar, F. R. *Creative Space Leitstar Hq Sebagai Ruang Sosial Untuk Komunitas Kreatif* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hasugian, Jimmi Tumpal Mangisi. "Pengaruh brand image dan brand trust Terhadap brand loyalty TELKOMSEL." *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis* 3 (2015): 923-937.
- Ikhwanul Qiram, M. T. (2018). *PLAGIASI BATIK NUSANTARA KAYA AKAN KERAGAMAN DAN MEMILIKI KARAKTERISTIK DI TIAP DAERAH ASALNYA*. *JURNAL LEKESAN*.
- Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). *Corporate rebranding-an exploratory review*. *Irish Marketing Review*, 16, 31-40.
- Narendra, B. M. (2015). *Perancangan Visual Branding Biro Perjalanan "Alam Wisata Nusantara" Melalui Media Komunikasi Visual*.
- Nurdiansyah, Pungky Gilang. *TA: Redesign Visual Identity Produk Kopi " You Coffee" Guna Meningkatkan Brand Awareness*. Diss. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2019.
- Prasetyo, E. (2019). *Analisis Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan Petani Kopi Sebagai Upaya Meningkatkan Hasil Produksi dan Nilai Jual dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Petani Kopi di Pekon Penantian Ulu Belu Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- PRAWIROSUSANTO, K. M. *GEDUNG-GEDUNG BERCERITERA: SEJARAH, KLASIFIKASI, dan POLITIK REPRESENTASI ENAM MUSEUM*.
- Ridlo, M. H. R. (2016). *Perancangan Brand Identity Kopi Jejak Mentari Melalui Media Komunikasi Visual*.

Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Gramedia Pustaka Utama.

Safitri, Nadira Ayu, Sarjono Sarjono, and Yon Ade Lose Hermanto. "Perancangan Visual Identity sebagai Upaya Mengenalkan Eksistensi Bliss Yoga Malang." *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts* 2.3 (2022): 300-316.

Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis.

Tanudjaja, B. B. (2005). Aplikasi prinsip gestalt pada media desain komunikasi visual. *Nirmana*, 7(1).

WIDYANTO, ARI. KESENIAN PERANCANGAN EVENT SEPASMA DONGKREK SEBAGAI IDE KREATIF VISUAL BRANDING DAN PROMOSI (SEPASAR ING MADIUN). Diss. INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA, 2019.