

Daftar Pustaka

- Abednego, V. A. (2018). Visual Identity Vs Brand Identity. *Binus University*.
- Adinata, Y. (2020). Logo merupakan elemen utama dalam penerapan visual yang berperan penting dalam membangun representasi merek yang kuat. Selain itu, diperlukan juga elemen-elemen pendukung lainnya yang dapat melengkapi dan memperkuat identitas secara keseluruhan.
- Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*.
- Anggelina Paskalia Bara, H. B. (2017). Perancangan Brand Identity Home Spa Laksmi sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA*.
- Anggoro, M. L. (2000). *Teori dan profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Birren, F. (1978). *Color and Human Response*.
- Calvalie, F. J. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang. *Rupaka*, 48-55.
- CARTER, D. E. (2007). *The big book of logos*. New York: Collins Design.
- Charles Spance, B. P.-F. (2014). *The Perfect Meal: The Multisensory Science of Food and Dining*. Wiley-Blackwell.
- Cindy Meylina, M. N. (2024). IDENTITAS VISUAL DALAM LOGO GOJEK SOLV. *Sibatik Journal*.
- Gavin Ambrose, P. H. (2011). *Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand Identity*. AVA Publishing.
- John Murphy, M. R. (1998). *How to Design Trademarks and Logo*. Ohio.
- Kenny Rachmansyah Ardi Wijaya, M. A. (2023). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DJOERAGAN KUE LEKKER SURABAYA. *jurnal barik*, 198-212.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*.
- Landa, R. (2011). *Graphic Deisgn Soultions* (Vol. 4 th). USA: Wadsworth Cengage Learning.

- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type, 2nd revised ed.: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*.
- Morton, J. (1997). *Color Voodoo: A Guide to Color Psychology and Symbolism*.
- Muhamamd Yusuf Fadhilah, P. S. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual Kebab Sultan Untuk Meningkatkan Brand Awareness.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Priscilla Gunarso Yusna, B. A. (2023). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL & KEMASAN “OMAH REMPEYEK MAHESWARI”. *jurnal strategi desain inovasi sosial*, 104-115.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. PT.Gramedia.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Rustan, S. (2017). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sardanto, R. a. (2018). Membangun Persepsi Publik Melalui City Branding. *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Sihombing, D. (2017). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silberberg's. (2014). *The Psychology of Typography: How Fonts Affect Feelings*.
- Sumbo, I. T. (2019). Desain Komunikasi Visual: Berkomunikasi Lewat Tanda Visual.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: anessential guide for the entire branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity : An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Canada: John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*.
- Widyokusumo, L. (2014). Meningkatkan Citra UKM Melalui Perancangan Ulang Identitas Visual. *Humaniora*, 163-171.
- Widyokusumo, L. (n.d.). Meningkatkan Citra UKM melalui perancangan ulang identitas visual. 165.