

DAFTAR PUSTAKA

- Alina Wheeler. (2013). *Designing Brand Identity*.
- Aslı BİRİCİK. (2006). *THE ROLE OF LOGO DESIGN IN CREATING BRAND EMOTION: A SEMIOTIC COMPARISON OF THE APPLE AND IBM LOGOS*. School of Engineering and Sciences of İzmir Institute of Technology.
- Catherine slade brooking. (2016). *Creating Brand Identity*. Laurence King Publishing Ltd.
- Hem, L. E., & Iversen, N. M. (2004). How to develop a destination brand logo: A qualitative and quantitative approach. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(2), 83–106. <https://doi.org/10.1080/15022250410003852>
- Huening, D. (2019). symbol-index-icon-charles-peirce. *Symbol, Index, Icon, Theories of Media*. <https://csmt.uchicago.edu/glossary2004/symbolindexicon.htm>
- Jabbar, Z. (2014). *The Impact of Corporate Visual Identity on Brand Personality*. Brunel University.
- Januariyansah, S. (2017). *ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI: EFEKTIF DAN EFISIEN*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>
- Legya Frannita, E., & Mochammad Charis Hidayatullah, dan. (2023). LITERATURE REVIEW IN IMPLEMENTATION OF INDUSTRY 4.0 FOR FOOTWEAR INDUSTRY KAJIAN IMPLEMENTASI INDUSTRI 4.0 PADA BIDANG INDUSTRI ALAS KAKI. *EDISI*, 22.
- Nirwana, A., Maharani, N., & Handoko, L. (2021). *Analisis SWOT Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung untuk Merumuskan Grand Strategy dan Pertimbangan Penyusunan Kurikulum DKV*. 3, 1–11.
- Nugraha, P., Juhari, & Zufriady. (2024). Pemasaran Digital dan Collaboration Branding Terhadap Peningkatan Penjualan Sepatu Lokal (Studi Kasus pada Sepatu Compass dan Aerostreet). *Jurnal Manajemen*, 11, 167–182. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>
- Salsabila, N., Darlies, M., & Laila, E. (2023). *Perancangan Ulang Identitas Merek*. 1(2), 41–46.

- Sitorus, S. A., Romli, N., Tingga, C., Sukanteri, N. P., Putri, E. S., Gheta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E., Susanto, P., Pimasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING* (S. E. , M. M. Acai Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Sultannata, C., & Maryam, S. (2018). *Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). Vol.1.*
- Viviana, V., & Victor, V. (2022). SWOT Analysis as a Determinant of Marketing Strategy Case. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 87–94. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1751>
- Alberta, H., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Impresi*, 1-14.
- Brooking, C. S. (2016). *Creating Brand Identity*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Darisman, A. (2012, Oktober 2). Tinjauan Elemen Desain pada Dunia Seni. *Humaniora*, 622-631.
- Darmawanto, E. (2019). *Desain Komunikasi Visual II: Perancangan Identitas Visual*. Jepara: Unisnu Press.
- Fadhallah, R. (2020). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Fatoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Frank H., M. (1996). *Color, Environment, and Human Response*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gabriel, M. (2019, September 2019). *Video Color Grading 101: Basic Things You Need to Know*. Retrieved from Contrastly: <https://contrastly.com/video-color-grading-101-things-you-need-to-know/>
- Goethe, J. W. (1970). *Theory of Colours*. (C. L. Eastlake, Trans.) Cambridge, Massachusetts, United States of America: MIT Press.
- Jinan, S. N. (2022). ANALISIS BRAND IMAGE MEREK LOKAL VENTELA SHOES. *Jurnal Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Jubilee Enterprise. (2018). *Desain Grafis Komplet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Levanier, J. (2023, Juni). *Visual Identity: Everything You Need to Know About This Essential Aspect of Branding*. Retrieved from 99designs.com: <https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>
- Luzar, L. C., & Monica. (2013). Peran Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 528-538.
- Neysa, C. (2018, Desember 2). *Pengaruh Industri Kreatif pada Perekonomian Indonesia*. Retrieved from Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/zneysa/5c03f124ab12ae626a075623/pengaruh-industri-kreatif-pada-perekonomian-indonesia>
- Palupi, N. W. (2017). Analisis Efisiensi Biaya Operasional Dalam Meningkatkan Profitabilitas (Studi Pada Home Industry Bistik Rolade Nurul Huda Di Gabus Pati). *Repository IAIN Kudus*.
- Prihatmoko, S. (2023, Juni 26). *Pentingnya Konsep Identitas Visual*. Retrieved from Desain Grafis S1 STEKOM: <https://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/PENTINGNYA-KONSEP-IDENTITAS-VISUAL/4e5aa44b756d601224262f38039071afab8bf18a>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (1 ed.). (E. Risanto, Ed.) Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI). Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=yQwVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=related:Oo1UZ4XA-i8J:scholar.google.com/&ots=za1VSoe3qH&sig=82-fo1H2ZChHSJCzSMSyi2ALnow&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Radjasa, Y. (2003). Penerapan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengendalian internal sistem produksi pada PT X di Gedangan Sidoarjo. *Digilib Ubaya*.
- Ramadhan, R. A., & Abidin, M. R. (2023). Perancangan Identitas Visual Sister's Kitchen Surabaya. *Jurnal Barik*, 103-116.
- Saebani, B. A. (2017). *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sanyoto, S. E. (2005). *Dasar dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Setiawan, A., Rahmattullah, M., Ratumbusang, M. F., Rizky, M., & Mustofa, A. (2021). Peningkatan Efektivitas Pembelajaran dengan Moodle sebagai Media Pembelajaran: Metode Literatur. *Jurnal Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial*, 1-9.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Thejahanjaya, D., & Yulianto, Y. H. (2022). Penerapan Psikologi Warna dalam Color Grading untuk Menyampaikan Tujuan Dibalik Foto. *Jurnal DKV Adiwarna: Universitas Kristen Petra*.
- Tinarbuko, I. T. (2019). *Desain Komunikasi Visual: Berkomunikasi Lewat Tanda Visual*. Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Tinarbuko, S. (2015). *Dekave (Desain Komunikasi Visual): Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Widi, S. (2022, Desember 19). *Indonesia Miliki 131.414 Perusahaan Perdagangan pada 2021*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/indonesia-miliki-131414-perusahaan-perdagangan-pada-2021>
- Widya, L. A., & Darmawan, A. J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.
- Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Griya Sarana Label. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 235-246.
- Yunita Primasanti, S. M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Marketing*.