

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Chaniago, I. Mulyawan, T. Suhaeni, and R. Jumiyan, “Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern di Indonesia,” *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 7, pp. 201–208, 2019.
- [2] L. Christina and Monica, “Peranan Komunikasi Visual Bagi Identitas Perusahaan,” *Humaniora*, vol. Vol 4, p. 11, 2013.
- [3] F. Hutomo and H. Samuel, “Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya,” *Strateg. Pemasar.*, vol. Vol 3, No, p. 10, 2015.
- [4] A. A. N. G. Marhendra, A. E. Budiwaspada, and S. K. L. Nilotama, “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL REBRANDING CITRA PERUSAHAAN CEMARA CERAMICS (Design of Cemara Ceramics’ Visual Rebranding Identity),” *J. Seni dan Reka Ranc. J. Ilm. Magister Desain*, vol. 4, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.25105/jsrr.v4i1.9967.
- [5] R. F. S. Pratama, “Redesain Logo Toko Mainan ‘29 Toys’ Semarang,” Universitas Dian Nuswantoro, 2014.
- [6] Calvin, “Perancangan Ulang Identitas Visual ‘Toko Yan’ untuk Mendukung Brand Refreshment,” Universitas Multimedia Nasional Tangerang, 2015.
- [7] D. Ayu Tri, “Perancangan mengenai identitas visual telah banyak dibuat, namun belum ada yang membuat perancangan identitas visual Toserba Berkah Jaya. Toserba Berkah Jaya ini belum memiliki identitas visual yang konsisten. Pada perancangan ini akan merancang ulang ide,” Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2021. [Online]. Available: <https://repository.ump.ac.id:80/id/eprint/13562>
- [8] I. Mahardika, “Aneka Jaya Brand Guidelines,” *Behance*, 2019. [https://www.behance.net/gallery/80859685/Aneka-Jaya-Brand-Guidelines?tracking_source=search_projects%7Cretail logo design](https://www.behance.net/gallery/80859685/Aneka-Jaya-Brand-Guidelines?tracking_source=search_projects%7Cretail+logo+design) (accessed Jun. 22, 2022).
- [9] A. S. Abdullah Shawon, Abdullah Mubin, “thefalcon - Brand identity,”

- Behance*, 2022. [https://www.behance.net/gallery/145794369/thefalcon-Brand-identity?tracking_source=search_projects%7Cretail identity logo design](https://www.behance.net/gallery/145794369/thefalcon-Brand-identity?tracking_source=search_projects%7Cretail%20identity%20logo%20design) (accessed Jun. 22, 2022).
- [10] S. Kalary, “Primus Mart Brand Identity Design,” *Behance*, 2020. [https://www.behance.net/gallery/102796673/Primus-Mart-Brand-Identity-Design?tracking_source=search_projects%7Cmart logo design](https://www.behance.net/gallery/102796673/Primus-Mart-Brand-Identity-Design?tracking_source=search_projects%7Cmart%20logo%20design) (accessed Jun. 22, 2022).
- [11] M. M. Fajrul Amin AlHuzni, “Re-Desain Sign System SD Kyai Ibrahim Surabaya,” *J. Barik*, vol. Vol 1, no. Vol. 1 No. 3, pp. 113–122, 2021.
- [12] P. Kotler and G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke 12*, 12th ed. Penerbit Erlangga, 2008.
- [13] C. Fadhila, “Perancangan Identitas Visual Fabsstore Solo Dan Aplikasi Pada Media,” Universitas Negeri Semarang, 2017.
- [14] S. Rustan, *Logo 2021*, 1st ed. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia, 2021.
- [15] A. Wheeler, *Designing Brand Identity*, 3rd ed. United States: John Wiley & Sons, Inc., 2019.
- [16] M. A. Hanindharputri, “Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo,” *Senada*, no. 2, pp. 161–166, 2018.
- [17] K. Angraini, Lia; Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*, Cetakan V. Bandung: Penerbit Nuansa, 2018.
- [18] E. Resnick, *Design For Communication, Conceptual Graphic Design Basics*, I. United States: John Wiley & Sons, Inc., 2003.
- [19] G. Permadi, “Pengukuran Tingkat Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Motor Honda Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau,” *pemasaran*, vol. 3, no. JOM FISIP Vol. 3 No.2, p. 12, 2016.
- [20] D. Eka, Putri Debi, Sudirman, Acai, Dadan Suganda, Asep, *Brand Marketing*, 1st ed. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- [21] A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Cetakan Pe. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- [22] A. Arianty, Nel; Andira, “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness

- Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 4, no. Volume 4, Nomor 1, Maret 2021, p. 12, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- [23] M. Hariwijaya, *Metodologi dan Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*, Cetakan II. Yogyakarta: Parama Ilmu, 2007.
- [24] A. Wibisono, “Memahami Metode Penelitian Kualitatif,” *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*, 2019.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html> (accessed Jul. 02, 2022).
- [25] S. Muqitaputri Gunawan, “Rancangan Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok di PT X,” Universitas Pendidikan Indonesia, 2020. [Online]. Available: <http://repository.upi.edu/id/eprint/49849>
- [26] S. Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1. Kediri: Literasi Media Publishing, 2015.
- [27] A. Rukajat, “Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach),” Cetakan Pe., Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018, p. 76.
- [28] M. W Kisworo and I. Sofana, *Menulis Karya Ilmiah*, Cetakan I. Bandung: Penerbit Informatika, 2017.
- [29] D. Bintang Perdana and R. Ilma Fararisti, “Studi Dokumen dalam Metodologi Penelitian Kualitatif,” Malang, 2020. [Online]. Available: https://www.academia.edu/45069087/STUDI_DOKUMEN_DALAM_METODOLOGI_PENELITIAN_KUALITATIF
- [30] B. A. Habsy, “Seni Memahami Penelitian Kuliitatif Dalam Bimbingan dan Konseling : Studi Literatur,” *Junal Konseling Andi Matappa*, vol. Vol 1 No 2, no. Agustus 2017, pp. 90–100, 2017.
- [31] M. Supriyanto Rumetna, “Pemanfaatan Cloud Computing pada Dunia Bisnis: Studi Literatur,” *Junal Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. Vol 5 No.3, no. Agustus 2018, pp. 305–314, 2018, doi: 10.25126/jtiik.201853595.
- [32] F. Nur’aini DF, *Teknik Analisis SWOT*, Cetakan I. Anak Hebat Indonesia,

2016.

- [33] A. Suryadi, “Toserba Jadi Baru Bumiayu,” *lokerbumiayu.id*, 2020. <https://www.lokerbumiayu.id/news/2020/09/10/toserba-jadi-baru-bumiayu.html> (accessed Nov. 25, 2022).
- [34] D. P. Cahayaningsih, “JUAL BELI SISTEM DELIVERY ORDER DENGAN ADANYA MINIMAL PEMBELIAN PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Sami Laris Swalayan Cilacap) SKRIPSI,” 2022.
- [35] D. Puspita, L. Adhrianti, and Gushevinalti, “Strategi Komunikasi Pariwisata Kota Bengkulu Studi Unique Selling Proposition Program Visit 2020 Wonderful Bengkulu,” *J. Commun. Spectr.*, vol. 8, pp. 45–55, 2018, doi: <http://dx.doi.org/10.36782/jcs.v8i1.1811>.
- [36] Heriyadi, “Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference dan Points of Parity),” *Asian J. Innov. Entrep.*, vol. Vol 03, no. 03, September 2018, pp. 261–271, 2018.
- [37] P. Zharandont, “Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia,” *Hum. Binus*, vol. 2, no. Terminologi warna, p. 1086, 2011, [Online]. Available: <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>
- [38] Y. Osak, Derby Juliana; Pasharibu, “PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS Yusepaldo Pasharibu PENDAHULUAN Di era digital saat ini Internet adalah hal yang penting untuk memudahkan setiap individu yang ingin berbelanja dengan,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 4, pp. 357–380, 2020.
- [39] U. N. Padang, A. T. Padang, and K. Padang, “KONSISTENSI LOGO DALAM MEMBANGUN SISTEM IDENTITAS,” vol. 10, no. November, 2021, doi: <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.28131>.