

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Hadiyati, “Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil,” *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, 2011, doi: 10.9744/jmk.13.1.8-16.
- [2] M. Hasan, “Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi,” *JEKPEND J. Ekon. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 1, p. 81, 2018, doi: 10.26858/jekpend.v1i1.5063.
- [3] H. Sucahyawati, A. Hendrawan, and F. Kuswanto, “Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” *J. Humansi*, vol. 2, no. 1, pp. 25–36, 2019.
- [4] A. Wheeler, “Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team - Alina Wheeler - Google Buku,” 2018.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PVAzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=designing+brand+identity&ots=ZrOLXynb77&sig=LYJw3b5Eg6Nayu5Dgtrr-mUP1PU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=designing+brand+identity&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PVAzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=designing+brand+identity&ots=ZrOLXynb77&sig=LYJw3b5Eg6Nayu5Dgtrr-mUP1PU&redir_esc=y#v=onepage&q=designing+brand+identity&f=false) (accessed Nov. 02, 2021).
- [5] Felicia Sarah Wijaya, “Perancangan Rebranding Cemal Cemil,” 2019, [Online]. Available: <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/7021>.
- [6] Priscillia Yosephine Angelica, “Perancangan rebranding linds ice cream café,” 2018, [Online]. Available: <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/11932>.
- [7] Fafa Putra Dhama Novembra, “Perancangan Rebranding Revita Cookies,” 2016, [Online]. Available: <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/56197/Perancangan-Rebranding-Revita-Cookies>.
- [8] S. Tinarbuko, “DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 8, no. 9, pp. 1–58, 2015.
- [9] Landa, “No Title,” 2013.

- [10] Airey, “No Title,” 2011.
- [11] C. F. FD and R. E. Rizkiantono, “Perancangan Identitas Visual Kampoeng Sepatu Sandal Krian sebagai Kampoeng Wisata Indutri di Sidoarjo,” *J. Sains dan Seni Pomits*, vol. 2, no. 1, pp. 23–27, 2013.
- [12] S. Maryolein, N. Dwina Hapsari, and R. C. Oktaviani, “Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium,” *Avant Garde*, vol. 7, no. 1, p. 19, 2019, doi: 10.36080/avg.v7i1.849.
- [13] N. Rizky and S. Di Setiawati, “Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online,” *J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 2, pp. 178–190, 2020, [Online]. Available: <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>.
- [14] M. H. Dr.farida Nugrahani, “Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa,” *信阳师范学院*, vol. 1, no. 1, p. 305, 2014, [Online]. Available: <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.
- [15] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,” 2013.
- [16] J. W. Creswell, *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*, 3rd ed. 2017.
- [17] Fajar Nur’aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*. 2020.
- [18] Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*. 2017.