

DAFTAR PUSTAKA

- Afira, R., Irdam, & Marta, W. (2021). Sosialisasi desain visual brand identity friendly bagi usaha masyarakat kecil dan menengah (UMKM). *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 54-59.
<https://doi.org/10.35134/jmi.v28i2.83>
- Bhowmick, D. (2014). The impact of brand guidelines on brand perception. *International Journal of Business Forecasting and Marketing Intelligence*, 21-26. <https://doi.org/10.1504/IJBFMI.2022.125791>
- Ainun, Nurul, Rian Maming, and Altri Wahida. 2023. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm." *Jesya* 6(1):674–81. doi: 10.36778/jesya.v6i1.967
- Chandra, Renny. (2021). Wawancara tentang "Brand Awareness dan Profil Perusahaan" Cahaya Baru Purwakarta
- Januariyansah, Sapitri. 2018. "Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien." https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN 1(1):13–14. doi: 10.13140/RG.2.2.20543.97448.
- Kaikati.G.Jack,.2003.Lessons from Accenture's 3Rs: rebranding, restructuring and repositioning, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 12 Iss 7 pp. 477 - 490
- Kaikati.G.Jack, Andrew M. Kaikati,.2003.A rose by any other

- Laras Sekar Seruni. (2023). Membangun Identitas Visual yang Kuat untuk Bisnis Anda. Ruangkerja.Id. Lexy Moleong. (2007). Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya
- Mahanani, A. P., Noerrochmah, I., & El Ayubbi, S. (2020). Peningkatan kapasitas pelaku mikro usaha kecil menengah (UMKM) di desa Anggrawati melalui kegiatan pendampingan. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM), 2(3), 488-492.
- Purnama, Vera, Et Al,. 2019. Perancangan Rebranding UMKM Keripik Tempe Reza. Surabaya. Universitas Kristen Petra
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi 3. Bandung: Alfabeta