

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, S., Morioka, N., & Stone, T. L. (2004). *LOGO DESIGN WORKBOOK*. Rockport Publisher.
- Ahidat, A. (2022). *Persaingan Usaha di Indonesia Meningkat, Dekati Target 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/11/persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-dekati-target-2024>
- Ballias, M., & Miridjanian, J. (2011). *Creating a visual brand identity*.
- Candra, R. (2020, November 20). *Menelaah Sejarah Warung Makan*. Kompasiana.
- Cenadi, C. S. (2004). ELEMEN-ELEMEN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Nirmana, I*(1), 1–11. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Darmawanto, E. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual* (1st ed.). UNISNU PRESS. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=JynGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=info:IStYIHLW_z4J:scholar.google.com&ots=mgX7u10Tlw&sig=h2bmcoq_-hK7XqoNjVi7O7xtTw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hananto, B. A. (2022). *The Vernacular Design of “The Diva is Dismissed” Poster by Paula Scher*. 5, 115–123. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>
- Hashimoto, A., & Clayton, M. (2009). *Visual Design Fundamentals* (3rd ed.). Charles River Media.
- Haswanto, N. (2022). *FENOMENA TIPOLOGI VERNAKULAR MASYARAKAT SEKTOR INFORMAL PERKOTAAN SEBAGAI EKSPRESI BUDAYA MASYARAKAT URBAN KOTA BANDUNG*. Institut Teknologi Bandung.
- Janonis, V., Dovalienė, A., & Virvilaitė, R. (2007). Relationship of Brand Identity and Image. *ENGINEERING ECONOMICS, I*(51), 69–80.
- Kasali, R. (2007). *MEMBIDIK PASAR INDONESIA: Segmenting, Targeting, Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Monica, & Luzar, L. C. (2013). PERANCANGAN LOGO DALAM DUNIA DESAIN. *HUMANIORA, 4*(1), 508–517.
- Nugraha, J. F. (2019). *Kredibilitas Komunikator Politik Artis (Studi Deskriptif Mengenai Kredibilitas Komunikator Politik Sigit Purnomo Said Sebagai Wakil Wali Kota Palu Periode 2016-2021)*.
- Pradeno, D. K., & Kadarisman, A. (2019). Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Sumber Karya Indah Tajur Katulampa Bogor. *E-Proceeding of Art & Design, 6*(3), 3782–3789. <https://kotabogor.go.id>,
- Puspitasari, D. R. (2019). *Strategi Branding Dalam Membangun Brand Sogan Batik Rejodani Di Eblie Stock Indonesia Yogyakarta*. 1–67. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16402>
- Rustan, S. (2021). *LOGO 2021*. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4*(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>

- Soegijono, K. R. (1993). Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data. *Media Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*, 3(1), 17–21.
<https://www.neliti.com/publications/157152/wawancara-sebagai-salah-satu-metode-pengumpulan-data#cite>
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desai Komunikasi Visual*. Penerbit Kanisius.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Utami, A. D. W., & Hakim, L. (2016). Perancangan Desain Logo “Lbh Sandhi Wafa & Partners Counselor& Attorneys at Law.” *Jurnal Ilmu Komputer Dan DKV*, 1(1), 51–65.
- Vignelli, M. (2015). *THE VIGNELLI CANON*.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. John Wiley & Sons, Inc.
- Wijaya, P. Y. (1999). TIPOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Nirmana*, 1(1), 47–53. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>