

DAFTAR PUSTAKA

- Antoni Sihaloho, L. (2016). *Perancangan Ulang Logo prima Rasa Bakery Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- ASRI, B. (2018). *Perancangan Visual Branding Festival Jenang Kedunggudel Sebagai Promosi Kuliner Tradisional Khas Kelurahan Kenep, Kecamatan Sukoharjo* (Doctoral dissertation, FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN).
- Cahyaningrum, Rizky. "Usaha Membangun Brand Usaha Kuliner di Yogyakarta Melalui Facebook dan Twitter" (n.d.).
- Cenadi, C. S. (1999). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Christian, J., Adib, A., & Suhartono, A. W. (2020). Perancangan Visual Branding Kacang Goreng Makcir. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 9.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191-200.
- MELYSA, T. (2022). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Pada Pedagang Rumahan Di Kelurahan Bandar Raya Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Mulyapradana, A., Evert, D. P., Tjiptadi, D. D., Ratnasari, E. D., Said, L. R., Mandey, N. H. J., ... & Eni, Y. (2021). *Fundamentals of Digital Marketing: Concept and Strategies for Online Success*. GCAINDO.

- PARHUNIARTI, P. (2021). *Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Kota Mataram* (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding produk dalam menjaga loyalitas konsumen pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR, 1*(1), 11-21.
- Rojali, A. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Rumono, H. N., Naryoso, A. N., Setyabudi, D., & Pradekso, T. (2014). Hubungan Intensitas Komunikasi Orangtua-Anak dan Kelompok Referensi Dengan Minat Memililh Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Siswa Kelas XII. *Interaksi Online, 2*(2).
- Sriwitari, N. N., & Widnyana, I. G. N. (2014). *Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Sunarya, P. A., & Anisah, L. (2018). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi pada Ditjen Aptika Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta. *Journal Cerita, 4*(1), 76-85.
- Utami, R., & Janah, U. R. (2022). Analisis Marketing Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Tempe De Yati Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 2*(2), 211-228.
- Valentino, D. E. (2019). Pengantar tipografi. *TEMATIK, 6*(2), 152-173.
- Waluyanto, H. D. (2005). Komik sebagai media komunikasi visual pembelajaran. *Nirmana, 7*(1).
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana, 1*(1).
- Wiwit Agus Triyanto, 'Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk', *Simetris : Jurnal Teknik Mesin*

Yuliana, R. (2019). Perancangan Branding Identity Camilan Rempeyek Mbah Buyut Khas Tegal Tugas Akhir Tidak Diterbitkan. Tegal: Program Studi DIII Teknik Elektronika Konsentrasi Desain Komunikasi Visual, Politeknik Harapan Bersama.

Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32-43.

Zhahara Yusra, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino, 'Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19