

DAFTAR PUSTAKA

Alisa, K., Iqbal, M., & Wulandari, S. (2015). Usulan Perbaikan Desain Kemasan Stick Strawberry Kencana Mas Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri*, 2(1), 52–59.

Amalia, G. T., & Ramadani, P. S. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan BrandImage Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Android. 20(1), 105–123.

Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>

Auliano, D. (2022). Pengaruh Konten Reels Instagram Terhadap Pembentukan Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @luxxestudio) Universitas Lampung, 2022.<http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/69338>

Chan, F., Kurniawan, A. R., . N., Herawati, N., Efendi, R. N., & Mulyani, J. S. (2019). Strategi Guru Dalam Mengelola Kelas di Sekolah Dasar. *International Journal of Elementary Education*, 3(4), 439. <https://doi.org/10.23887/ijee.v3i4.21749>

Gaol, E. L., Refiani, A., & Safira, E. A. (2020). Perancangan Surface DesignPaper Cup Cafe dari Motif Ukiran Lapih Jarami Minangkabau. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(03), 192–200. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i03.1793>

Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap KepuasanPelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of BrandImage To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall BandungProgram Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis. *JournalOf Management*, 3(2), 1949–1955. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116222/pengaruh-brand- image-terhadap-kepuasan-pelanggan-studi-pada-zara-di-mall-pvj-bandung-.html>

Lestyowati, J. (2019). Analisis Pengaruh Dimensi Brand Image Terhadap Brand Image Dan Persepsi Pengguna Kemenkeu Corpu. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 12(2), 59–73. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v12i2.360>

Lisa, A. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Di Kalangan Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14593>

Musay, F. P. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *AT- TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>

Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan Umkm. *Imajinasi : Jurnal Seni*, 9(2), 127–136. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>

Nugroho, F., & Prambodo, Y. L. (2022). Pelatihan Penggunaan Canva pada Desain Kemasan Produk bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), 28–35. <https://www.journal.hdgi.org/index.php/jpmg>

Nugroho, S., Pujotom, W. D., Ulkhaq, M. M., & Permadi, D. T. (2017). Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan pada UMKM Center Jawa Tengah dengan Metode Kansei Engineering. *PERFORMA : Media Ilmiah Teknik Industri*, 16(1), 77–86. <https://doi.org/10.20961/performa.16.1.12758>

Pratama, B. S., Fanthoni, Azis SE, M., & Hashiolan, Leonardo B SE, M. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di Event-Event Kampus). *Proceedings - IEEE International Conference on Multimedia and Expo*, 529–534. <https://doi.org/10.1109/ICME.2017.8019456>

Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(03), 1. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v11i03.94>

Rico, F., & Fuady, M. E. (2014). Makna Emoticon Dalam Media Sosial Path. In *Prosiding Hubungan Masyarakat* (pp. 26–32).

Rizal, V. Z., & Elysa, E. L. (2010). SOCIAL MEDIA MARKETING TWITTER DAN BRAND IMAGE RESTORAN BURGER. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id>

Saputra, A., Kosasih, A., & Sudrajat, D. B. (2016). Redesign Corporate Identity Sebagai Peningkatan Image Perusahaan Studi Kasus PT. Finansia Multi Finance. *Cices*, 2(2), 173–187. <https://doi.org/10.33050/cices.v2i2.316>

Sunarni, S., & Karyono, H. (2023). Persepsi Guru Terhadap Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 5(2), 1613–1620. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.796>

Widyawono, B. (2017). Studi Persepsi Konsumen Terhadap Value Proposition Produk Sambal Roar. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(2), 10.

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Citra Medika Depok. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.