

## BAB VI

### DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, E. (2018). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian HP merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1), 61-75.
- Hananto, B. A. (2020, March). Tinjauan tipografi dalam konteks industri 4.0. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 3, pp. 132-139).
- Majidah, M., Hasfera, D., & Fadli, M. F. M. (2019). Penggunaan warna dalam disain interior perpustakaan terhadap psikologis pemustaka. *RISTEKDIK: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(2), 95-106.
- Noviansyah, M. R., Suharso, W., Chandranegara, D. R., Azmi, M. S., & Hermawan, M. (2019, Mei). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop Pada E-Commerce Menggunakan Metode Weighted Product. In *Pros. SENTRA (Seminar Teknol. dan Rekayasa)*, vol. 0 (No. 5, pp. 43-53).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- RICHARDO, R. (2021). *ANALISIS PENGARUH IDENTITAS MEREK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Merk Honda Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Ma Chung).
- Rahayu, G. A. S., (2025). Pengembangan Desain Visual Untuk Meningkatkan Media Komunikasi Visual Pada PT Geeko Komputer Indonesia (Visual communication design report, UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR).
- Suharno, H., & Kulsum, U. (2018). PENGARUH IDENTITAS MEREK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA RUMAH MAKAN WAROENG SPESIAL SAMBAL œWAROENG SSœ CABANG PASAR LAMA KOTA TANGERANG. *EKONOMI BISNIS*, 24(2), 40-48.