

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefatikha, S., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2022). PENGARUH E-WOM BEAUTY BLOGGER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *JMMA*, 2, 514–523.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fachrurazi, Ekowati, D., Yoeliastuti, Rusiyanti, S., Kamisi, H. La, Nurkadarwati, Adrianto, Lubis, D. S. W., Khasanah, & Hidayat, R. (2022). *Pengantar Manajemen* (P. T. Cahyono (ed.)). Cendikia Mulia Mandiri.
- Hardianto, & Widhi, U. (2022). PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK (Studi pada pengguna NMAX). *Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Latte, J., & Manan, A. (2022). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inovatif*, 4(1), 35–44.
- Nur'aeni, N., & Supartono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 73–86. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.3520>
- Pradnyana, I. P. Y., & Susila, G. P. A. J. (2022). PENGARUH KUALITAS DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING ALMAZ PADA MASYARAKAT DI BALI. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 470–475.
- Punarbawa, M. A. V., & Suwena, K. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX pada Masyarakat di Kecamatan Negara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 109–116. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Rizky, M. A., Arifin, R., & Hufon, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas

- Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Riset Manajemen*, 40–55. www.fe.unisma.ac.id
- Shabira, H., & Wardhana, A. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA DI INDONESIA. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 389–396. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845><http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Sobari, O., & Sumarni, N. (2022). SOSIALISASI DESAIN PRODUK SEBAGAI MEDIA PENDUKUNG PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DESA PASIRAWI. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2.
- Sugiyanto, & Haryoko, U. B. (2020). *Manajemen Pemasaran: Inspiring The Salesmanship* (G. N. Sanjaya (ed.)). Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Yudiawan, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 815–823.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN* (D. Novidiantoko & H. A. Susanto (eds.)). DEEPUBLISH.

