

DAFTAR PUSTAKA

- andrian. (2020). *Holistic Journal of Management Research Volume I, No.1, Juni 2020. I(1)*.
- Arfatin Nurrahmah, M. P., Febri Rismaningsih, S. P. S. M. S., Ul'fah Hernaeny, M. P., Pd, L. P. M., Wahyudin, M. P., Pd, A. R. M., Fitri Yati, A. M. R. O. S. K. M. M. P., Lusiani, S. P. S. M. P., Dinar Riaddin, M. P., & Dr. Jan Setiawan, S. S. M. S. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ>
- Arif, M. E., Anggraeni, R., & Ayuni, R. F. (2021). *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=80FIEAAAQBAJ>
- Ashari, A. P. (2020). *SMARTPHONE SAMSUNG DI MAKASSAR*. 3, 18–32.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Dian Kusuma Wardani, M. S. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. <https://books.google.co.id/books?id=6LoxEAAAQBAJ>
- Diwyarthi, N. D. M. S., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., Gemilang, F. A., Sulaeman, M., Utama, S. P., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Get Press. <https://books.google.co.id/books?id=cPt7EAAAQBAJ>
- Dr. Ir. H. Syamsul Bahri, M. M., & Dr. H. Fahkry Zamzam, M. M. M. H. (2021). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS Pengujian Dan Pengukuran Instrumen*. Deepublish.
- Dr. Sutarmin, S. S. M. M., & Andriyanto, S. S. M. P. (2022). *MANAJEMEN TERPADU DAN BERKELANJUTAN*. Penerbit Lakeisha. <https://books.google.co.id/books?id=ZQCVEAAAQBAJ>
- Herawati, H. (2019). *Pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sariayu putih langsung*. 2(1), 17–35.
- Hertina, D., Apriansyah, A., & Wirawan, A. (2022). *Pengaruh kualitas produk , desain dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Andreas Menswear*. 4(5), 2302–2309.
- Hutagaol, C. D. (2018). *Masalah, Latar Belakang*. 2015.
- Indryani, I., Azizah, N., Prihartini, S. D., Mayasari, W., Anggraini, D. D., Mukhoirotin, M., Humaira, W., Rofi'ah, S., Yusria, Y., & Pujiani, P. (2022). *Metodologi Riset Ilmu Kebidanan*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=7GiSEAAAQBAJ>
- Irena, W. P. S. L. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=ebzNDwAAQBAJ>
- Iwan, I., & Saputra, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo*. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori*,

- Penerapan, dan Riset Nyata.* Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAAQBAJ>
- Jayantika, I. P. A. A. P. I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS.* Deepublish.
- Khasanah. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek.*
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Deepublish.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
<https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.146>
- Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Produk, D., Produk, K., & Pembelian, K. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata.* 2(1), 27–36.
- Muna, N., Yasa, N. N. K., Ekawati, N. W., Wibawa, I. M. A., Rerung, R. R., & Indonesia, M. S. (2022). *Kinerja Bisnis: Berdasarkan Perspektif Kualitas Jejaring Bisnis, Inovasi Produk, dan Adopsi Media Sosial, Konsep dan Aplikasi Penelitian.* Media Sains Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=s0CLEAAAQBAJ>
- Mutma'innah, S. (2019). *Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Mutma'innah, S. (2019). pada Tok Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Rahmatika Kecamatan Gembong). IAIN KUDUS. Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi o Rahm. IAIN KUDUS.*
- Nuraeni, N., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 177–186.
- Priandewi, N. M. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI E-COMMERCE LAZADA. *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 419–433.
- Putra, C. I. W., & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku konsumen.* Rena Cipta Mandiri.
<https://books.google.co.id/books?id=BWF9EAAAQBAJ>
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320.
<https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Saputra, A., & Ahmar, A. S. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web.* Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=mZgMEAAAQBAJ>
- Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Lie,

- D., Purnomo, Y. J., Purba, B., Sudarmanto, E., & Kuswandi, S. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=eKlaEAAAQBAJ>
- Setiawan, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery*. 3(1), 59–65.
- Sitompul, silvia sari, Program Studi, Bisnis, I., & Indonesia, P. (2020). *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor Analysis of the Effect of Product Quality , Price and Promotion on Motorcycle Battery Purchase Decisions*. 1(1), 27–37.
- Sugiyono, D. P. P. (n.d.). *Dika Putra Pratama Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- SUMARSONO, H., & SANTOSO, A. D. I. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 81–89.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/2097>
- Tabelessy, W. (2020). *Jurnal SOSOQ VOLUME 8 Nomor 1 Februari 2020*. 8, 96–112.
- Tengku Firli Musfar, S. E. M. M., & Yuhanny, Y. (2021). *Manajemen Produk dan Merek. Media Sains Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=qxRQEAAAQBAJ>
- Tingga, C. P., Geno, Z. A. P., Rizkia, N. D., Febrina, R., Djanjar, U., Sudirman, A., Yunus, M. K., Sobri, A., & Sudjiman, L. S. (2022). *Manajemen Merek. Media Sains Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=352SEAAAQBAJ>
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., Dana, I. M., & Nina Dewi Lashwaty, S. E. M. S. (2022). *PROMOSI PENJUALAN UNTUK MEMBANGUN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN MENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Penerbit Lakeisha.
- Wildan Khaustara Wijaksana, W. I. R. S. T. M. T. M. H. K. S. S. T. M. T. I. (2020). *Regresi Linear Untuk Prediksi Jumlah Pengunjuing Terhadap Jumlah Petugas Dalam Menentukan Penjadwalan Penjagaan*. CV. Kreatif Industri Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=3or9DwAAQBAJ>