

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Candra Gunawan, F. S. (2021). PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG.
- Ade Jermawinsyah Zebuah. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. VOL. 12, N, 61–68.
- ambar lukitangsih, fitri lestari. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN BRAND AMBASADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE. Vol. 25(No. 1), 89–96.
- Annisawati, A. (2022). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESTISIDA DI PT PERUSAHAAN PERDAGANGAN INDONESIA CABANG BANDUNG. 12 No, 8.
- Asaretkha Adjane Annisawati, Senny Handayani Suarsa, I. S. (2021). Pengaruh Elektronik Word of Mouth(E-WOM) and Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial di Bandung pada era Pandemic Covid –19. Vol. VII No.1.
- Atala cindy fatya, desfita umari ramadhanti, rahyan gunaningrat. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE “SKINTIFIC.” Vol 02(No. 1).
- Ciceu Niar. (2019). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEZORA. Vol.3 No. 3 (2019), P.2.
- HARDIATI, E. (2021). PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI

MAHASISWA UIN SUMATERA UTARA DIPASAR MODAL SYARIAH.  
Vol. 02.

Hafni Sahir, S. (2021). Metode Penelitian. Penerbit KBM Indonesia.  
[https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book  
Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf)

Jasella handayani. (2020). PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
KONSUMEN SHOPPING GOODS. Vol. 10(No. 1).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principle Of Marketing (17th ed.). Pearson  
Education Limited.

M. Rinaldi Saputra. (2022). Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Motivasi Investasi Dan  
Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah.

Made tiya yogi suari, N. luh wayan sayang telagawathi. (2019). PENGARUH  
KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk  
Terhadap Keputusan Pembelian, Vol. 05(No. 1), P-ISSN: 2476-8782.

MAULANA TEGAR ARAFI. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI  
PADA KONSUMEN MUTIARA TIKAR DITASIKMALAYA). Vol. 2(No.  
11).

Mhd Faisal Anwar Afandi Rambe, Yenni Samri Juliati Nasution, K. T. (2023).  
Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Kemajuan Teknologi Terhadap  
Keputusan Pembelian Smartphone Pada Toko King Sell Kota Rantau Prapat.  
Vol. 2 No., 18.

Muhammad khoirul, Ayun Maduwinarti, A. P. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK PERSEBAYA STORE SURABAYA. Vol. 6 No. 1 (2020).

Ngabiso1, F., Radji2, D. L., & Umin Kango. (2021). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY) PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (STUDI PADA KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DI KOTA GORONTALO). VOL 4. NO.

Ngafifi, M. (2020). KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSEFEKTIF MANUSIA. Vol. 2(No. 1).

Ogy Irvanto & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor).

Putu dede dian pratama, ni putu nita anggraini, I. W. gede andtok setiawan jodi. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT KLUNGKUNGDALAM ERA DIGITAL MENGGUNAKAN APLIKASI GRABFOOD. Vol. 5(No. 1).

Selamat; Suhardi. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT International Bearings. Rekaman, 6(1), 94–101.

Siregar, P., & Suhardi. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Private Label Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam. Ekuivalensi, 6(1), 16–30.

- Siska Dwi Rachmawati\*, A. L. A. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). VOL. VII, 25–29.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.  
<https://www.scribd.com/embeds/391327717/content>
- Suhardi, Banjarnahor, H., Adam, S., & Kurniawan, A. (2018). The Role of Information Technology in Knowledge Management in Small Medium Enterprise. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 31, 24. [www.jatit.org](http://www.jatit.org)
- Tiara Puspita Dewi1\*, V. R. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MOTOR MATIC HONDA SCOOPY PRESTIGE PADA MAHASISWA FEB UNESA. VOL.11, No.
- Vicky Brama Kumbara. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE. VOL. 2(5).
- Vina Maya Sari, Negini Kencono Putri, Triani Arofah, I. S. (2021). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. VOL. 4, NO, 88–107.
- Vinny, & Suhardi. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 238–252.  
<https://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/58>