

DAFTAR PUSTAKA

- Afreliya Sagitry, Vicky Brama Kumbara, A. E. K. (2025). Pengaruh Brand Image dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX Dealer Yamaha Ud. Cahaya Baru Kota Payakumbuh dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(2), 152–164.
- Balpa, M. R., & ZA, S. Z. (2025). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Brand Ventela di Kota Samarinda. *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.54259/manabis.v4i1.3868>
- Fadhylla, I., Harahap, A. T., & Firah, A. (2024). The Influence Of Product Quality And Product Design On Consumer Purchasing Decisions On CV. New Jaya Blessings Medan. *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, 5(2), 62–70. <https://doi.org/10.46576/ijssseh.v5i2.4677>
- Firdaus, I. F., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk (Survei Pada Karyawan PT. Wijaya Agape Tasikmalaya) Depy Muhamad Pauzy. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 50–67. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3> September.207
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*.
- Gilberth Nyola, P., Fanggidae, R. P. C., Dhae, Y. K. I. D. D., & Fanggidae, A. H. J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Kupang Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Glory : Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 5(1), 183–194. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/11261>
- Gulo, E., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Every Sunday Coffeshop Di Kota Batam. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3245–3252. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/download/12210/7393>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hanim, N. F., Mustari, Ahmad, M. I. S., Hasan, M., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Satria Muda Pratama Dikota Makassar. *Jurnla Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 978–997.
- Hawa, A. D. P., & Sitorus, D. H. (2025). Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya Tarik Produk Dan Customer Satisfication Terhadap Loyalitas Konsumen Provider Indosat Ooredoo Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2), 21–29.
- Ikhlas, D. I., & Astuti, S. R. T. (2023). Analisis Pengaruh Kreativitas dalam Periklanan, Kemudahan Iklan Diingat, dan Perceived Value terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen: Studi pada Iklan Susu Bear Brand Edisi Kemurnian #YangDipercaya. *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 1–11.
- IMARC Group. (2024). *Indonesia Footwear Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity, and Forecast 2024–2033*. <https://www.imarcgroup.com/indonesia-footwear-market>
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353.
- Mufti, D., Rokhimah, R., Hasrun, A., & Kahinah, D. I. (2022). Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Online Shop Hara Sorong). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3709–3726.
- Ningsih, I. B., & Kurniawati, D. (2021). Pengaruh Kreativitas Periklanan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Network Media*, 4(1), 11–16. <https://doi.org/10.46576/jnm.v4i1.1141>
- Putra, G. B. S. (2023). Analisis Strategi Kreatif pada Iklan Bank Bjb Versi “Anti Panik Dengan Bjb Digi” Tahun 2020. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(07), : 3245-3252. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v2i01.74>
- Rahayu, R. D., & Martha, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 94–112. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1798>
- Rochma, F., Sholikhah, A., Riqqoh Dini Safia, A., Louis Vernandia, A., Afandi, A., Islamiyah, I., Produk, K., Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong. *Talijagad*, 2(1), 30–44. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index%7Ce>
- Rohmah, H. M., Sunaryo, & Suryadi, N. (2023). The Effect of Product Quality and Distinctiveness on Consumer Loyalty Mediated by Consumer Satisfaction. *International Journal of Science and Society*, 5(2), 449–465. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i2.709>
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirtbrand Cressida di I’m Fashion Store Kabupaten Tabalong. *JAPB (Jurnal Administrasi Publik Dan Bisnis)*, 6(2), 1280–1291. <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/893>
- Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 92–102.
- Sofiana, Hambalah, F., & Kusuma, Y. B. (2021). Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Shopee. *Aplikasi Administrasi*, 24(2), 113–122.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16,

Issue 2).

- Sutanto, F. Y., & Agustini, M. Y. D. H. (2024). Analysis The Effect Of Brand Image And Brand Trust On Purchase Through Of Nike. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3647–3660. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Talib, I. N. S., Ismail, Y. L., Kusuma, C. A., Angriani, M., & Asnawi. (2024). Dampak desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian karawo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 7(2), 218–231.
- Thakkar, K. Y., & Ganatra, N. J. (2023). The power of creativity in print advertising: A study of its relevance in today's market. In *Journal of Management Research and Analysis* (Vol. 10, Issue 3, pp. 169–172). <https://doi.org/10.18231/j.jmra.2023.029>
- Thomas, J. D., Restuti, S., & Musfar, T. F. (2024). Analysis of The Influence of Product Design, Product Quality and Competitive Prices on Purchasing Decisions Through Brand Image (Study on Pekanbaru Sleepwalking Customers). *West Science Business and Management*, 2(01), 194–206. <https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i01.541>
- Tin, D. (2024). Pengaruh Promosi, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Accessories Mobil Pada Pt Lombardi Auto Indonesia. *Prosiding: Ekonomi Daln Bisnis*, 4(1), 1–7.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wijaya, D. oka purnama, Rakhmat, H. C., & Yusnita, R. T. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (survei pada konsumen toko busana muslim toko Rizar Collection). *Competitive*, 17(1), 19–27. <https://doi.org/10.36618/competitive.v17i1.1927>
- Winardy, I., Yanti Purba, P., Chaniago, C., & Andika. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Windy, & Suhardi. (2024). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Grand Batam Mall. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 24(1), 92–102. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1786>
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>