

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26.
- Agustine, Fajar Dwi, 2017, Ruang Lingkup Desain produk, fajaragustine.blogspot.com (diakses tanggal 27 maret 2023)
- Aqilah, A., Siregar, M. E. S., & others. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 723–737.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *Management Development and Applied Research Journal*, 3, 18–32.
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille Di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11.
- Darmajaya, I. B. D., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6391–6419.
- Farhan, Muhammad Yusuf. 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Nike Indonesia. *Journal Management*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser/Brand Ambassador*, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 91–109.
- Fristiana, Dessy Amelia, 2012. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan.
- Furqon, I. n. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI Di Boyolali Dengan Citra Merek Sebagai Variabel *Intervening*.

- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. 2015. *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al (2014), *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson.
- Hanaysha, J. R. (2022). *Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102.
- Karimi, S., Holland, C. P., & Papamichail, K. N. (2018). *The impact of consumer archetypes on online purchase decision-making processes and outcomes: A behavioural process perspective. Journal of Business Research*, 91, 71–82.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, (16th ed.)*. England : Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing. Pearson education*.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2018 *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Mujahiddin, I. (2020). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sepatu Sepak Bola *Specs* Di Surabaya.
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5, 112–127.
- Oghojafor, Ladipo, Ganiyu. 2012. The Influence Of Product Attributes On Consumer Purchase Decision In The Nigerian Food And Beverage Industry : A Study Of Lagos Metropolis. *American Journal Of Business And Management*, 1 (1), 456-468.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6(3), 1–13
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior, 8th*. In NY: Prentice Hall.
- Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis 1 Edisi Empat*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi bisnis pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tonibun, T., Saporso, S., & Wahyoedi, S. (2021). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Empat. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3, 113–129.
- Vivin Tannia, P., & Nyoman Yulianthini, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Widyastuti, Sri Dan Muhammad Said. 2017. *Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception. International Journal of Supply Chain Management*. Pancasila University. Jakarta
- Yoepitasari, A. H., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15, 14.
- Zhang, Zhenyu, Peng, Qingjin, dan Gu, Peihua. (2015). *Improvement of User Involvement in Product Design. Procedia CIRP*, Volume 36.