

DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddieqi, Faud. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk *Crooz* di Distro *Ultra Store* Semarang). Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Apriastuti, N. M. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Belanja *Online Shoppe* di Kota Denpasar. *EMAS*, Vol. 3. No. 10 .71-80.
- Abubakar, M. A., Mustafa I., and Pinar, S. 2016. *eWOM, eReferral and gender in the virtual community. Marketing Intelligence & Planning*, 34 (5): 692-710.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Cyntia, F. &. (2016). Pengaruh *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian produk di *Rabbani Bunker* Rawamangun Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas*, Vol. 2. No.2 , 130-139.
- Febriani, R. &. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser/ Brand Ambassador*, Harga dan Desain Produk yang dimediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di *Online Shop Shopee*. Vo, 3. No. 1. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*. 91-109.
- Firmansyah, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo. Vol, 5. No, 3. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* .
- Guntari, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian (*Survey* pada produk *Envygreen Skincare*). *Jurnal E-Bis (Ekonomi Bisnis)*, , 295-307.
- Haekal, M. E. (2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian (*Survey* pada konsumen produk *fashion followers* akun *instagram Erigostore*). *Doctoral Dissertation* .
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian produk *Jersey Sepeda* di Tangsel. *In: Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM. Vol. 1, No. 1* .

- Irda, I., Rosha, Z., & Titipani, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *V(2)*, 44–52.
- Jalilvand & Samiei. 2012. 'The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention:An Empirical Study In The Automobile Industry In Iran', *Marketing Intelligence & Planning*. vol. 30, issue 4, pp. 460 – 476.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kasakean, R. F. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk dan *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. *Vo. 9, No.4* , 1208-1217.
- Keni, K. ((2020)). Pengaruh Packaging,*Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *DeReMA (Development Research of Manajemen): Jurnal Manajemen*, *Vol, 15, No (2)* , 244-256.
- Khoirul, M. M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Persebaya *Store* di Surabaya. *Jurnal Dinamaika Administrasi Bisnis*, *Vol. 6, No. 1* .
- Khusyairi, M. H. (2018). Pengaruh Desain Produk, *Positioning*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Honda pda UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. *Jobhan: Journal of Organization and Bussinnes Management*, *Vol. 1, No. 1* , 156-167.
- Kapsir, K., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Canteng Koneng Sumenep. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *10(04)*.
- Latte, J. &. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Putun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Vol, 4, No, 1. INOVATIF* , 35-44.
- Laurensia, V. ((2022)). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Serta Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Studi Kasus pada Konsumen Produk H&M di Kota Tangerang). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *1(1)*, 78-91.

- Lestari, A. T. (2020). Pengaruh *Brand Identity*, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Monoxroom Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, , 192-201.
- Maulidari, A. R. (2022). Pengaruh Desain Produk *T-shirt Forgotten Brand* di Remains Store Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Digital*, , 43-55.
- Mukarromah, D. S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. Vol, 2. No, 1. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*. , 27-36.
- Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Almama: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, , 551-561.
- Nugroho, B. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gitar di Omah Gitra Solo. *Mabha Jurnal* , Vol. 3, No. 2 , 103-122.
- Oping, S. B. (2022). Pengaruh Strategi Promosi melalui Media Sosial dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Online *Shop Gemini Luxury*). vol, 10. No, 4. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. , 233-242.
- Pramezwary, A. J. (2021). Pengaruh Identitas Brand dan Strategi Penjualan Burger King terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Cakrawala-Jurnal Humaniora. Universitas Bina Sarana Informatika* , Vol, 21. No, 1, 10-18.
- Priyono, A. (2017). Pengaruh Marketing dan Identitas Merek pada Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta. Vol, 6. No, 1. *Industrial Engineering Journal*.
- Putri, E. &. ((2020)). "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di *Eastwood Store*". *eProceedings of Manajement*, 8(1).
- Saidani, B. R. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur. Vol, 4. No, 4. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. , 201-217.
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-WOM dan *Costumer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di situs Jual Beli Online Tokopedia. Vol, 1. No, 2. *MBR (Manajemen and Business Review)* , 106-115.
- Sisman, A. &. (2021). Pengaruh Promosi melalui media Sosial dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus

pada *Online Shop Thyy Thyy*) di kota Sorong. Vol, 4. No, 1. *Badati* , 42-53.

Sri, N. S. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. Vo, 3. No. 1. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya* , 96-106.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Suryandi, S. E. (2016). Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tas Elizabeth di Surabaya Timur. . *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis. Vo. 2 , No.2* .

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy. (2014). Strategi Pemasaran, Edisi 3. Yogyakarta: ANDI

Wardaya, Yuda. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Chargecity Clothing* Kota Kediri. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Wheeler (2013). Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

<http://www.idntimes.com/men/style/zefanya-alviano-gultom/brand-clothing-lokal-yang-bakalan-makin-hits-di-2022-ini>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/17/apa-alasan-konsumen-pilih-produk-lokal>