

DAFTAR PUSTAKA

- Afrella, G. R., Maduwinarti, A., & Mulyati, D. J. (2024). *Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu PVN Pada Mahasiswa Di Surabaya*. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(9), 1-10.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok*. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 209-220.
- Anggelina, R. T. (2021). *Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2).
- Ansah, A. (2017). *Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178-189.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (10th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bimantara, Y. (2022). *Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio Di Lampung)*. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 27-36.
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee*. *eCo-Buss*, 6(1), 166-178.
- Farhan, M. Y., & Kamal, M. (2015). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Konsumen Nike di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis)*.
- Firmansyah, B. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(3).
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). *Pengaruh brand image, online customer review dan promotion terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee*. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14-22.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graciafernandy, M. A., & Almayani, R. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97-106.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Hanaysha, J. R. (2017). *Impact of social media marketing, price promotion, and corporate social responsibility on customer satisfaction*. *Jindal Journal of Business Research*, 6(2), 132-145.
- Handayani, J., Derriawan, S., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91-103.
- Handayani, J., Derriawan, S., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91-103.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- Kismono, G. (2016). *Bisnis pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Komariah, R. F. P. N. S. (2022). Pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed., Global edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.

- Kusuma, I. S. H. (2023). *Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di kalangan mahasiswa Kota Bandung*. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(2), 31-39.
- Laksana, F. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., & Roring, F. (2022). *Pengaruh online customer rating, sistem pembayaran cash on delivery dan online customer review terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop (studi pada mahasiswa dan alumni Equil Choir FEB Unsrat)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Mukarromah, A. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 199-207.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata*. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27â-36.
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). *Peran Citra Merek Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. *Jurnal Economina*, 2(9), 2414-2428.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). *Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- Priyatin, A., & Farisi, H. (2023). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(1), 60-73.
- Putra, G. N. A. G. Y., Suartina, I. W., & Diputra, G. I. S. (2023). *Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Myhem Store di Denpasar*. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(5), 816-825.
- Rachman, R. (2014). *Manajemen Desain Produk*.
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). *Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace: Influence of online customer review on purchase decisions on the marketplace*. *Prospek*, 1(1), 157-165.
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). *Pengaruh desain produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia)*. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20-32.
- 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), 152-164.

- 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), 152-164.
- Riadi, M. (2020). *Proses Pengambilan Keputusan Konsumen*. *KajianPustaka.com*. <https://www.kajianpustaka.com>
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui shopee*. *Solusi*, 21(3), 259-269.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Saputri, A. D., Mulyati, A., & Maruto, I. A. (2019). *Pengaruh Citra merek, Desain Produk, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepatu nike*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(1).
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). *Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 137-146.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. United Kingdom: Wiley.
- Setiadi, J. (2019). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen (Edisi revisi)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie (Doctoral dissertation, Riau University)*
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, Y., Helmy, B. J., & Soekotjo, W. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium di Kawasan Kota Surabaya*. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 35-48.
- Sumitro, Yanus, Bachtiar J. Helmy, and Wahjono Soekotjo. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium di Kawasan Kota Surabaya*. *Majalah Ekonomi* (24.1)
- 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).

- Susanto, H. J., & Muljadi, M. (2022). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat pembelian pada pelanggan online shop bukalapak (studi pada pelanggan online shop bukalapak karyawan PT. Imexindo Intiniaga)*. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1).
- Tegowati, T. (2019). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23-36.
- Tegowati, T. (2019). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23-36.
- Tegowati, T., & Mutmainnah, D. (2022). *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Desain Produk*. *E-Qien: Jurnal Ekonomi dan Bisn*, 9(1), 219-226.
- Umar, H. (2000). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wahid, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Celcius di Jalan Gatot Subroto Samarinda*. *Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1022-1035.
- Wendistha, K. Y. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pt Tiara Indah Abadi Piaggio Vespa Gianyar (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar)*.
- Widjaja, Y. R. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor..* *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1-13.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yuliana, H. M., Rahayu, S., & Haryanti, H. (2024). *Pengaruh Dimensi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Di Batik EnzaSurakarta*. *KELOLA*, 11(2), 199-213.
- Yuliza, M., & Dewi, N. N. (2022). *Pengaruh Brand Loyalty dan Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekobistek*, 302-308.
- Yuliza, Y., & Dewi, D. (2022). *Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 101–110.
- Zhang, X., Chen, R., & Lee, C. (2015). *Co-creation in product design: Consumer involvement through technology*.