

DAFTAR PUSTAKA

- Angel, B. (2021). *Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana*. 16(1).
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Desain Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 19–28. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.214>
- Asta, I. N., & Jaya, G. (2019). *Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya , seiring dengan kebutuhan dan perminta*. 8(1), 7458–7485.
- Bulan, T. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 592–602.
- Dharma, R. (2020). Pengaruh Desain Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi ISSN 2301-5268 | E-ISSN 2527-9483*, 6(2), 349–359.
- Dwi, I. K. (2020). Pengaruh Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Kepuasan. (Studi Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis.*, 1, 37–45.
- Firmansyah. (2021). pengaruh word of mouth (wom) dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian smartphone oppo. *Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iais Syzrifudin Lumajang)*, 1(1), 133–142.
- Haryantini, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3604>
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43.
- Indrawati, D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Istiyanto, B. (2020). Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Desain

- Produk, Harga, dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Maharani, N. L. P. A. P., & Ekawati, N. W. (2019). *Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Clothing Online Melalui Instagram*. 8(9), 5672–5701.
- Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada. *Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 7(2), 130–136.
- Novianti, Endri, & Darlius. (2021). *Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. VIII(1), 90–108.
- Nurhidayati, & Yuliantari, K. (2021). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Fish Streat Cabang Tebet. *Widya Cipta*, II(1), 69–75.
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18.
- Ogi, I. W., Moniharapon, S., & Diza, F. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)*. 4(1), 109–119.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Purwanti, A. A. (2019). Pengaruh Life Style, *Brand Image* Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Astri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rohana, T. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian. *Teknobuga*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.1529/jtbb.v1i1.6404>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Saputri, M. H., Kurniawan, D., Mazna, M., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Di Lampung). *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 1–10.
- Siboro, R. M., & Suhardi, S. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, *Brand Image*, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132.
- Sidanti, H. (2021). Pengaruh lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai negeri sipil di sekretariat dprd kabupaten madiun. *Jurnal JIBEKA*, 9, 10.
- Silape, B. R., & Mananeke, L. (2019). *Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Influence of Desain Produk Pricing Strategy To Laptop Buying Decision in University Students At*

- Economy and Business Faculty Sam Ratulangi*. 7(1), 961–970.
- Sitompul, S. S. (2019). model analisis pengaruh cita merek dan harga terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Umar, H. (2014). *Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian pada Penerbangan Low Cost Carrier Factors Affecting Customer ' s Satisfaction on Low Cost Carrier Flight*. 1(2), 127–138.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)*. 7(3), 25–38.
- Widodo, W., & Kumala, M. C. (2019). Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Alumunium. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 37–44. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.291>
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffe di Kabupaten Bone*. 1(1).
- Yayan. (n.d.). *Pengaruh Brand Image, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hepi fashions branded cikarang pusat bekasi*. 1–19.
- Yuliana, & Hidayat, R. (2021). *Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Elzatta Pada Generasi Milenial Tahun 2021)*. 4(3), 1092–1099.
- Yunaida, E. (2021). Pengaruh Desain Produk (Citra Merek) terhadap Keputusan Pembelian Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>