

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. F. Dr. Vladimir, “PENGARUH EKUITAS MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN JUKE Yudi,” *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 1967.
- [2] D. Reven and T. Ferdinand, “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian,” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 1–13, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- [3] R. I. Ariella, ““Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid,”” *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 215–221, 2018.
- [4] I. G. Agung and K. Sri, “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar . Pengguna handphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat . Lembaga riset digital marketing Emarketer,” vol. 8, no. 3, pp. 1374–1400, 2019.
- [5] G. Putra, Z. Arifin, and S. Sunarti, “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus),” *J. Adm. Bisnis SI Univ. Brawijaya*, vol. 48, no. 1, p. 88103, 2017.
- [6] V. E. Sari, “Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api),” *J. Adm. Bisnis Fisipol Unmul*, vol. 7, no. 4, p. 474, 2019, doi: 10.54144/jadbis.v7i4.2863.
- [7] P. K. Produk and H. P. Dan, “Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” vol. 3, 2018.
- [8] Engel, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi),” *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, pp. 74–85, 2014.

- [9] P. Lampengan, J. D. D. Massie, and F. Roring, “Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas the Influence of Consumer Motivation , Trust , and Attitude To Buying Interest of Users Zalora Online Shop , Students of Faculty of Economics and,” *J. EMBA*, vol. Vol.7, no. No.4, pp. 5693–5702, 2019.
- [10] P. Kepuasan, K. Dan, and K. Organisasi, “Jurnalmuhammadiyah manajemenbisnis,” vol. 1, no. 2, pp. 93–102, 2020.
- [11] D. Kaharu and A. Budiarti, “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic,” *J. Ilmu dan Ris. Manajemen, ISSN 2461-0593*, vol. 5, no. 3, pp. 1–24, 2016.