



DAFTAR PUSTAKA

- Ariella, I. R. (2018). pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen mazelnid. *Performa: jurnal Manajemen dan Strat-up Bisnis* , Vol. 3, Nomor 2, Juni 2018.
- A Muzaki, (2019). teori pemasaran,
<http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id/> diakses pada tanggal 10 februari 2022
- A R Zulfikar , M Mikhriani, (2017). *Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam* “Pengaruh social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta”
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58476989/8> diakses pada 25 januari 2022
- BJ Rachman, (2019). teori desain produk, <https://serupa.id/> diakses pada 23 desember 2021
- D Astriani, (2021). Teori desain produk ,
[https://ejournal.ijmpro.ac.idfile:///C:/Users/wind/Downloads/92-Article%20Text207-1-10-20210710%20\(1\).pdf](https://ejournal.ijmpro.ac.idfile:///C:/Users/wind/Downloads/92-Article%20Text207-1-10-20210710%20(1).pdf) diakses 25 januari 2021
- D Aurinawati, 2019, teori tentang sosial media marketing, <https://dspace.uui.ac.id> diakses pada 23 Desember 2021
- IBM Statistic SPSS versi 2.6 2022
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas.* (A. Maulana, Y. S. Hayati, Eds., & B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- M H Fikri, S Sاهدandi , (2021). “ Pengaruh strategi pemasaran online terhadap minat beli konsumen pada produk sepatu ”. *Jurnal Bisnis mahasiswa,*
<https://www.jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/5> diakses pada 24 Januari 2022



- M. L. Saraswati, A. Pradhanawati, and W. Hidayat, (2015). "Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 137-146, Mar. 2015.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8227> Diakses pada 24 januari 2022
- MS Hidayat, (2019). teori tentang kualitas dan keunikan barang, Universitas islam majapahit, <http://repository.unim.ac.id> diakses pada 23 desember 2021
- NBF Shahnaz, W Wahyono, (2016). "Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online". *Management Analysis Journal*, Vol.5, no.4
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/5571> diakses pada 24 januari 2022
- Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Komunikasi dan Bisnis*, 291-297.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- S A Shabrina, A budiatmo , (2020). " pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada holland bakery pandanaran semarang". *Jurnal ilmu administrasi bisnis*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28771> Diakses pada 24 januari 2022
- Setiawati, (2017), Bima, *jurnal pemasaran dan pengembangan Sumber daya manusia*, "Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba umkm".<http://www.ejurnal.stiedharmaputrasmg.ac.id/index.php/PRO/article/view/263> Diakses pada 24 januari 2022



- T Herdiana, DP Alamsyah, (2017). *Jurnal inspirasi bisnis dan manajemen*, "Country of origin dan citra merek: upaya meningkatkan minat beli konsumen". <http://jurnal.ugj.ac.id/> Diakses pada 27 januari 2022
- Poli V, (2015). "Analisis pengaruh kualitas, promosi dan keunikan Produk terhadap keputusan pembelian souvenir Amanda collection". Vol.15, No.5. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10454> diakses pada 24 januari 2022
- Poli V, (2015). *jurnal tentang keunikan produk*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/> Diakses pada 26 januari 2022