

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F. (2016) 'Hotel website quality, perceived flow, customer satisfaction and purchase intention', *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(2), pp. 213–228.
- Arifin, E. and Fachrodji, A. (2015) 'Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan', *Jurnal MIX*, 53(1), pp. 124–143.
- Ayuningtyas, R. (2016) 'Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*, 5(2010), pp. 1–12.
- Cheng, L. P. (2017) 'Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair', *The Journal of International Management Studies*, 12(2), pp. 97–107.
- Deatami, N. M. and Khasanah, I. (2019) 'Analisis Pengaruh Iklan dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu di Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), pp. 141–151.
- Ecstasia, B. and Maftukhah, I. (2018) 'Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Loyalitas Merek Pada Riez Palace Hotel Tegal', *Management Analysis Journal*, 7(1), pp. 129–138.
- Farooq, S., Habib, S. and Aslam, S. (2015) 'Influence of Product Packaging on Consumer Purchase Intentions', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(12), pp. 538–547.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Irvanto, O. and Sujono, S. (2020) 'Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor)', *JIMKES*, 8(2), pp. 105–126.

- Khuong, M. N. and Tran, N. T. H. (2018) 'The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention : An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products', *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), pp. 8–13.
- Meiliani, N. and Ferdinand, A. T. (2015) 'Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto)', *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), pp. 1–11.
- Mufreni, A. N. (2016) 'Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)', *Ekonomi Manajemen*, 2(11), pp. 48–54.
- Musapat, M. and Armia, S. (2018) 'Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu Led Hannochs di Banda Aceh', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), pp. 96–110.
- Ocktaria, R., Kumadji, S. and Hidayat, K. (2015) 'Pengaruh Brand Personality dan Sales Promotion Terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Pengguna Produk Wardah Kosmetik di Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), pp. 1–8.
- Ranto, D. W. P. (2015) 'Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ukm Di Yogyakarta', *JBTI*, 5(2), pp. 206–218.
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, I. N. and Subagio, H. D. (2018) 'Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk)', *IJIEEB : International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(2), pp. 68–78.
- Santoso, D., Najib, M. and Munandar, J. M. (2016) 'Pengaruh Persepsi Risiko, Price Consciousness, Familiarity, Persepsi Kualitas, dan Citra Toko Pada Minat Beli Konsumen', *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 9(3), pp. 218–230.
- Sugiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

- Wang, Y. and Tsai, C. (2014) 'The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds.', *International Journal of Business & Finance Research*, 8(2), pp. 27–40.
- Wicaksono, S. A. (2015) 'Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)', *Jurnal Manajemen Ekonomi UNNES*, 8(4), pp. 20–21.
- Wisnu, W. and Hermawan, A. (2011) 'Pengaruh Perceived Quality Terhadap Kesetiaan Merek dan Citra Merek', *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 4(1), pp. 39–50.
- Wu, P. C. S., Yeh, G. Y. Y. and Hsiao, C. R. (2011) 'The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands', *Australasian Marketing Journal*.
- Wulandari, N. E. R., Vincentiar, P. and Permana, D. (2019) 'Buying Intention through User Interface Design', *European Research Studies Journal*, 22(3), pp. 470–479.

