

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2022). The implementation of a management auditon hr recruitment to assess the effectiveness of employee performance. *JRAK*, *14*(2), 243–251.
- Akbar, M. A., & Alam, N. (2020). *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Anisya, R., Wijayanti, R., & Efendi, B. (2020). *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk*. 2(1).
- Ariodutho, S., Sugiyanti, L., Larasati, A., & Sukmawati, I. (2023). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Persepsi Kualitas Dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery Pendahuluan Dalam dunia bisnis, khususnya dalam industri makanan dan minuman, packaging. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, *2*(1), 204–214.
- Buchory, A. (2019). Survei Tentang Pengaruh Pemasangan Stiker Labelling Miskin Kpm Pkh Terhadap Graduasi Mandiri Dan Tekanan Patologi Sosial. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, *43*(3), 219–226.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris Tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, Dan Kemasan Terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus Pada Pekerja Rantau Di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, *4*(2), 1–11.
- Daud, A. (2011). Perilaku Konsumen dan Faktor Determinan yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Marketing*, *8*(4), 471–479.
- Denisa, D. A., Inmtizal, S., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Branding Influencer terhadap Brand Image pada Perusahaan Astiga Leather. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business*, *2*(1), 86–95.
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *6*(2), 6–12.

- Dhurup. (2014). The impact of packaging, price and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. *Journal ASEAN Marketing*, 4(2), 18–29.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mart Banjaran. *Coopetition : jurnal ilmiah manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Farid, R. (2017). Kajian Strategi Branding Clothing UNKL347. *Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(1), 58–81.
- Faturrahman, M. (2016). Model-Model Perilaku Pencarian Informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 20–29.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square (Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris) Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Harmayani, H. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Hasanah, U., & Pambudi, B. S. (2023). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(6), 1–12.
- Hasanah, U., Fakhriana, R., Sativa, O., & Nisa, Z. (2024). Analisis Pengaruh Packaging Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Dear Me Beauty. *Neraca Manajemen Akutansi Dan Ekonomi*, 6(11), 1–7.
- Hawkins, D. L., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2010). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*. New York: McGraw- Hill.
- Helmi, A. (2017). Pembagian Peran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Keluarga. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank Ke-3*, 4(2), 1–8.

- Herawati, H., & Muslikah. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sari Ayu Putih Langsung (Studi Kasus Pada Factory Outlet PT. Martina Berto Tbk.). *Kinerja*, 2(2), 17–35.
- Hermawan, Y. (2020). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(7), 21–26.
- Hidayat, F. T. (2022). *Pengaruh Harga Rokok, Produksi Rokok Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Konsumsi Rokok (Studi Kasus 34 Provinsi Di Indonesia Tahun 2015-2021)*. UIN Jakarta.
- Hidayati, N. L. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41–52.
- Kaban, R. F., Hadiyati, P., & Prihandin, W. (2020). Efektivitas Pemberdayaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Wirasusaha Santri. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 1(1), 1–10.
- Kotler, & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif*, 97(2), 147–154.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lemert, E. (2015). *Human Deviance, Social Problems and Social Control*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Lestari, P. I., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 12–22.
- Mandagi, V. A. L., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai It Center Manado*. 6(4).
- Mangkunegara, A. . A. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 1–12.
- Megawati, M., Yulinda, A. T., Ekowati, S., & Onsardi, O. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 1–12.
- Muyasar, R. (2023). Analisis Strategi Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Industri Olahan Sampah Plastik Ud . Aisyah Jaya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2417–2426.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Napitupulu, R., Asnawi, M., & Firah, A. (2023). Pengaruh Media E-Commerce Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Matahari Departement Store, Tbk Plaza Medan Fair. *Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1780–1796. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i4.3825>
- Neissy, I. K., Mitrasary, A., Tanuwijaya, C. F., Fadila, D. A., Rohma, A. N., Rofifah, R., & Syarifah, S. (2022). Analisis Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 1–12.

- Nur Asia, N., Mustawinar, B. H., & Sukarti, S. (2021). Pendampingan Desain Dan Labelling Product Bagi Pelaku Usaha Pemula Dan Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Luwu Raya. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2), 1–7.
- Nurfauzi, R., Rakhmat, C., & Arisman, A. (2022). Pengaruh Packaging dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Sale Ambon Ibu Ooh Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3410–3414.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Consumer Behavior & Marketing Strategy Ninth Edition*. New York : McGraw-Hill/Irwin.
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8.
- Putra, H. P., & Wulandari, A. (2015). Pengaruh Penerapan E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengguna Steam Valve). *Jurnal Ecodemica*, III(2), 446–454.
- Renatha Enjellika & Kania Ratnasari. (2023). Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Warung Pangan. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 2, 410–418. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.148>
- Ruben, & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Branding terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Pullman Jakarta Central Park. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 1–18.
- Samodro. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan. *Jurnal Widyakala*, 5(10), 66–76.
- Santoso, B. (2017). Pengujian Prototipe Sistem Informasi Pemasaran Berbasis E-Commerce dengan Pendekatan Alpha Beta. *Faktor Exacta*, 10(1), 90–100.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian (6th ed.)*. Salemba Empat.
- Sengkey, G. T., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka. com di Kota Manado. *Productivity*, 3(2), 168–173.

- Setiawan, F., & Suryono, B. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Opini Audit Going Concern. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 4(3), 1–9.
- Sidanti, H. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Kecamatan Balerejo Kabupaten Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*, 3(2), 21–28.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., Nyoman, N., & Yulianthin. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Made. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 1–8.
- Sudaryono. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 1–11.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Zahro, F., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Heavun Di Madiun. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2(2), 1–13.