

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia Dian Evasari dan Ahmad Yani, *Analisis Variasi Produk, Kemasan Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik "NADA SUKA"*. Jurnal Ilmu Manajemen.10.1.(2021).
- Atika Mustapa , Rizan Machmud , Djoko L Radji. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis.5.1. (2022)
- Audy Maudya. *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsment, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity)*. Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia.17.1 (2022)
- Ayu Partiwati dan Eti Arini. *Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis,2.1 (2021).
- Baiq Herdina Septika, Tama Krisnahadi dan Yayang Erry Wulandari (2023). *Analisis Pengaruh Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ukm Kale Cookie*. Jurnal Visionary. Vol 11. No 1
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, F. J., Pai, D.C., Norjaya, M. Y., & Jooria, W. H. (2012). *Consumer behavior. (Yang Liping, eds)*. Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Farida Kusumawati, Dipa Aditya, Jantra Dwi Rianto. *Pengaruh Harga, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi pada Karyawan Uni Charm Mojokerto Factory)*, AGRIMAS.4.1 (2020)
- Ghozali, Imam.2015. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, hlm 105.
- Ghozali, Imam.2015. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, hlm 113.
- Guntur, T. T. (2014). *Pengaruh Brand Image Dan Package Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Kemasan Merek Aqua Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area*.
- Hair, Jr et.al. 2015. *Multivariate Data Analysis (7th ed)* United States: Pearson. Hlm 176

- Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung*. *Kinerja*, 2(01), 17-35.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*, Edisi Ketujuh, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 143.
- Ilmaya dan Hidayati (2011). *Analisis Varian Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di EKA Batik Semarang*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irwan Christianto dan Endang Brotojoyo. *Kajian Model Empiris : Pengaruh Media Sosial terhadap Life Style dan Keputusan Pembelian*. Prosiding Seminar Nasional Geotik, Staf Pengajar STIE.(2017)
- Jani Muhamad Ramadhan. *Pengaruh Media Sosial Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro HOUSE OF SMITH*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 3.3 (2019)
- Julian Andriani, Enik Rahayu dan Wenefrida Ardhian A . *Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang)*, *Jurnal Visi Manajemen* Vol.8, No.1, 2022.
- Khatib, F. (2016). *The impact of social media characteristics on purchase decision empirical study of Saudi customers in Aseer Region*. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. M. (2016). *Personal factors affecting consumer purchase decision towards men skin care products - a study in Ho Chi Minh City, Vietnam* *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(2), 44–50.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management*. In New Jersey: Pearson Education.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall
- Kotler, P, & Lane, K.K (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Edinburgh: Pearson Education.

- Maria Magdalena Bate'e (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.2.2 (2019)
- Muhajirin dan Maya Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta. 2017. Hlm. 113.
- Muhajirin dan Maya Panorama, Op.Cit., hlm.50.
- Mahyus Ekananda, *Ekonometrika Dasar*. (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2015), hlm 95.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ni Kadek Ayu Wintari dan Agus Santoso (2023). *The Influence of Packaging Design, Taste, and Price on Purchasing Decisions of Botol Sosro Tea*. Jurnal Manajemen. Vol 2 No 2.
- Onsardi dan Septian Bayu Mantovani. *Pengaruh Packaging Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Di Desa Tanah Hitam*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis.3.2 (2022).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* terjm. Bob Sabran Jilid I edisi 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166
- Putri, Wahyu Nurindah. 2017. *Pengaruh Kemasan, Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ice Cream Aice DI Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Branchmark Vol 3 Issue 3.
- Rahardjo, S. T.2019. *Desain Grafis Kemasan UMKM*.deepublish (grup penerbit CV Budi Utama).
- Resa Nurlela dan Ria Aprilia. *Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup* di Jakarta. Universitas Darma Persada Jakarta. Vol 6. No 1 (2018)
- Saifuddin Azwar, "*Reliabilitas dan Validitas*". (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015).
- Sudha, M., Shenna, K. (2017). *Impact of influencers in consumer decision process: the fashion industry*. SCMS Journal of Indian Management, 14–30.

Sugiono, dkk “*Uji Validitas dan Reabilitas alat ukur SG Posture Evaluation*”. Vol. 5, No.1, Mei 2020

Suharyadi Purwanto, 2016, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. (Penerbit Salemba Empat, Jakarta). Hlm 323.

Suryani, Khairina Tambunan, dan Purnama Ramadhani Silalahi. *Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Study Kasus : Skincare Wardah*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM).2.1.(2022)

Wijayanti, Titik, 2012,*Marketing plan! Dalam bisnis second edition*, Jakarta, PT Elex MediaKomputindo.

We Are Social & Hootsuite. (2020). *Indonesia Digital report 2020*. Global Digital Insights, 43.