

DAFTAR PUSTAKA

- Acai, S., Susiana, Dewi Ratih Alfatih, S. Manggabarani Agus, S. S., Ratnasari, K., Jajang, B., Prisca, N. S., Dedi, M., Hari, N., T, Meldi Kesuma Mohammad, A. N. A., & Astrid, Aprica Isabella Mira, M. U. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer* (M. M. Eka Purnama Sari, S.E. (ed.); 1st ed.). Widina.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Manajemen, 12 No.1(1)*, 32–39.
- Afifah Dwi, Y., Prasetyo, H., & Miguna, A. (2020). PERAN KOREA WAVE, LIFESTYLE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INNISFREE. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1(1)*, 179–195.
- Artha, Y., Surbakti, E. Y., & Tambunan, S. R. (2021). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE. 2021*, 657–664.
- bisnisbandung.com, Firmansyah, D. (2022). *Sepatu Sneakers Sebagai Instrumen Pengerek Status Sosial*. Bisnisbandung.Com.
<https://www.bisnisbandung.com/gaya-hidup/pr-3983027946/sepatu-sneakers-sebagai-instrumen-pengerek-status-sosial>
- Bpipi.kemenperin.go.id, K. P. dan P. (2019). *Sepatu “Sneakers” Mengerek Gengsi*.

Balai Pengkajian Industri Persepatuan.

<http://bpipi.kemenperin.go.id/sepatu-sneakers-mengerek-gengsi/>

Eli, A. M. (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>

Fany, & Dunan, H. (2022). *PENGARUH KELOMPOK ACUAN, MOTIVASI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEEPAY DI MASA PANDEMI COVID-19*. 1(9), 1595–1604.

Febriani, S. A. D., & Suardikha, I. M. S. (2019). Pengaruh Perputaran Kas, Kecukupan Modal, dan Risiko Kredit Pada Profitabilitas LPD di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1), 308. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i01.p20>

Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., & Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 661–672. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2224>

Ghipari, M. Z., Ilhamuddin, H. M., & HS, R. (2022). *PENGARUH LIFESTYLE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI LOMBOK EPICENTRUM MALL*. *Muhammad Zar Ghipari , H. M. Ilhamuddin , Rusminah HS*, 8(1), 28–47.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., &

- Sukmana Juliana, Dhika Istiqoma, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43.
<https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Indonesia.go.id. (2022). *Agar Produk Alas Kaki Indonesia Semakin Jauh Jalannya*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/5976/agar-produk-alas-kaki-indonesia-semakin-jauh-jalannya?lang=1#:~:text=Pada 2021%2C ekspor produk kulit,telah menjadi penyangga ekonomi Indonesia.>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- katadata.co.id, Rahman, D. F. (2022). *RI Ekspor Sepatu Olahraga Miliaran Dolar, Ini Pasar Utamanya*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/ri-ekspor-sepatu-olahraga-miliaran-dolar-ini-pasar-utamanya>

- Katadata.co.id. Ahdiat, A. (2022). *Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja Fashion*. Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>
- Kemendikbud. (2020). Statistik Pendidikan Tinggi (Higer Education Statistic) 2020. *PDDikti Kemendikbud*, 81–85.
<https://pddikti.kemdikbud.go.id/publikasi>
- Kurniawan, R., & Febsri, S. (2019). *PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU MEREK FLADEO DI BASKO GRAND MALL PADANG*.
- Laila, D., & Vicky, F. S. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. *Jurnal Ekonomi Islam*, VII, 118–134.
- Marini, Y. C., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Msglow. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(6), 1–20.
- Martha, L., Maini, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Kbp, ". (2022). *Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Cv. Tjahaja Baru Surantih*. 2, 1172–1192.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>

Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. *I(2)*, 71–83.

Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). PENGARUH LIFESTYLE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (STUDI KASUS MANADO TOWN SQUARE) EFFECT OF LIFESTYLE AND PRICE ON THE DECISION OF PURCHASE OF NIKE SHOES (CASE STUDY OF MANADO TOWN SQUARE). *Ekonomi Dan Bisnis*, *7(3)*.

Nilammadi, W. O. M., Atin, T., Leksonoc, B. B., Sari, A. W., SyafiqatulBestariyahe, A., & Safitri, D. N. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, *5(1)*, 1–13. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3045>

Noviyan, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11(1)*, 9–25.

Nur, A., & Muhamad, E. (2021). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4(2)*, 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>

- Pramaseni, C. I. E. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(4), 956–967. <https://jki.ub.ac.id/index.php/jki/article/view/5>
- Pratama, R. A., Mulyaningsih, H. D., & Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 02(02), 1300–1307.
- Putri, C. N. (2022). *Ini Tren Fashion di 2022 yang Dipengaruhi oleh Perkembangan Teknologi*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533146918/ini-tren-fashion-di-2022-yang-dipengaruhi-oleh-perkembangan-teknologi>
- Putri, P. Y. A., Dewi, I. G. A. R. P., & Idawati, P. D. P. (2019). Pengaruh Kualitas Audit Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 148–160. <http://dx.doi.org/10.22225/kr.10.2.911.148-160>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177.
- Religia, Y., Sriyanto, A., & Hidayat, R. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(1), 77.

<https://doi.org/10.36080/jem.v11i1.1745>

- Rifa, U. (2021). *Pengaruh persepsi, konsep diri, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada perhiasan di toko emas pulau indah*. 2(2), 1–18.
- Rofa, I. T., Ade, R. M., Nur, M. H., Ahmad, K., Nasution, & Suhairi. (2022). *Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis*. 1(2), 222–235.
- Rosita, D. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. 04(September), 494–505.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3 Second. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 450–458.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Sari, D. P. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN LIFE STYLE TERHADAP PURCHASE INTENTION STUDI KASUS PADA PT . YAMAHA ALFA SCORPII BOTANIA BATAM*. 3, 86–93.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); 1st ed.). Samudra Biru.
- Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BODY MIST THE BODY SHOP BANDUNG THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS IN BODY*. 8(4), 3406–3412.

- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (Suryandari (ed.)). ALFABETA.
- Syahputra, & Alnanda, H. (2020). Peran Inovasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Pengunjung Outlet Nike Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–9.
- Tiara, M. A., Eny, S., & Budi, U. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK HANDBODY SCARLETT (STUDI KASUS PADA PENGGUNA HANDBODY SCARLETT DI WILAYAH MOJOKERTO) Oleh. 1*(11), 2901–2916.
- Toha, M. (2020). *Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. 10*.
- Yudha, I. M. R. P. A., & Yulianthini. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–3.
- Zahroh, A., & Dwijayanti, R. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI JANJI JIWA DI ROYAL PLAZA SURABAYA. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>