

## DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, A., & Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Strategi*. Edisi Pert. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Budyanto, T., Kojo, C. & N, H. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda. *J. Berk. Ilm. Efisiensi* 16, 488–500 (2016).
- Chen, M., Serfes, K., & Zacharias, E. (2023). Prices as signals of product quality in a duopoly. *International Journal of Game Theory*, 52, 1–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s00182-022-00808-1>
- Doan, H. T. T., & Zhang, H. (2023). Technical barriers to trade, product quality and trade margins: firm-level evidence. *Review of World Economics*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10290-023-00514-4>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Thesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Hasyiyati, R. D. P., & Khasanah, I. (2019). Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 8 (4)(2337–3792), 58–69.
- Imansyah, B., & Pudjoprastyono, H. (2023). pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung (studi kasus mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5 (1), 335–349.
- Irawan, H. (2019). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Konsumen Sepatu Merek Converse Di Universitas Islam Riau Fakultas Ekonomi)*. Universitas Islam Riau.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural Dengan *Partial Least Square*. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 118–132.

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran I* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13. Jilid). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12. Jilid). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall. Inc.
- Lee, J. A. J., Lee, N., Seo, Y. J., & Kim, I. (2023). *Consistency of Product Quality for SB5, an Adalimumab Biosimilar*. *BioDrugs*, 37(2), 271–277. <https://doi.org/10.1007/s40259-023-00581-x>
- Permana, S. H. (2017). Meningkatkan Industri Sepatu / Alas Kaki Nasional Permasalahan Urbanisasi di Indonesia. In D. R. Pratiwi & A. N. Aida (Eds.), *BULETIN APBN (Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI): Vol. II* (8th ed., Issue 8).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4), 121–132.
- Qin, J., Zhao, M., Ren, J., & Li, B. (2024). *Pricing strategy for C2C sharing platform considering the effect of WOM on purchase decision*. *Electronic Commerce Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10660-024-09836-3>

- Rahmawati, N., & Arikadi, D. C. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compas Di Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4.
- Sepehrian, A. H., Mirzazadeh, Z. S., & Shahri, M. S. A. (2023). *Effect of price transparency on the perception of fair price and satisfaction with the purchase of sports products*. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 22, 327–337. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41272-022-00391-w>
- Sidlauskiene, J., Joye, Y., & Auruskeviciene, V. (2023). *AI-based chatbots in conversational commerce and their effects on product and price perceptions*. *Electronic Markets*, 33 (24). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12525-023-00633-8>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Wang, L. (2023). *The Impact of Environmental Regulation on Firms' Product Quality: Evidence from Chinese Exporters*. *Environmental and Resource Economics*, 86, 645–672. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10640-023-00806-1>
- Wang, S., Tang, Z., Stewart, D. W., & Paik, Y. (2023). *Interplay of consumer animosity and product country image in consumers' purchase decisions*. *Journal of International Business Studies*, 54, 505–513. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41267-022-00556-0>
- Widiyan, R. D., & Aminah, S. (2023). *The Influence of Celebrity Endorsements , Brand Image and Price Perceptions on Erigo Product Purchase Decisions by Students of the Faculty of Economics and Business UPN " Veteran " East Java*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Ditigal (MINISTAL)*, 2(3), 817–830.

Yuliet, E., & Yuliasri. (2019). Pengaruh Mutu, Harga Dan Promosi Serta Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Produk Pangan Industri Kecil Dan Menengah Di Kota Bukittinggi (Studi Kasus pada Jenis Pangan berbagai Macam padi-padian, biji-bijian, kacang-kacangan, umbi-umbian. *Jurnal Ekonomi*, 22 (2), 166–182.

Zielke, S., Toni, D. De, & Mazzon, J. A. (2023). *Cognitive, Emotional and Inferential Paths From Price Perception to Buying Intention in an Integrated Brand Price Image Model*. *SN Bus Econ*, 3 (24), 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s43546-022-00395-z>