

DAFTAR PUSTAKA

- A.Siroj, R., Afgani, W., Fatimah, Septaria, D., Zahira, G., & Salsabila. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 11279-11289.
- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek (Terjemahan)*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alifiyah, V. (2024). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Jims Honey di Sampit. *E-Journal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*, 548-557.
- Amanda, N. V., Kumbara, V. B., & Putri, A. D. (2025). Pengaruh Lifestyle dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Toko Cha Store. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1349-1356.
- Andriani, T., & Marpaung, H. (2024). Peran Kecintaan Merek sebagai Pemediasi antara Pengalaman Merek dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek QRIS. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 725-734.
- Antara News. (2024, September 22). *Kemenperin: Industri Alas Kaki Lokal Dorong Ekonomi RI ke Global*. Retrieved from Antara Kantor Berita Indonesia: <https://www.antaranews.com/berita/4350783/kemenperin-industri-alas-kaki-lokal-dorong-ekonomi-ri-ke-global>
- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik. *MASMAN: Master Manajemen*, 50-61.
- Aropah, Z. D., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, W. D. (2022). Pengaruh E-WOM, Pengetahuan Produk dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli iPhone Bekas Bergaransi Ex Internasional di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesia Journal of Business and Management*, 344-358.

- Arsyad, M. (2023). The Effect of Instagram's Social Media Dimensions on Purchase Intention in Compass Shoe Products with Brand Equity as Mediation in Indonesia. *MMS Marketing Management Studies*, 2.
- Aulia Dwi Anggraeni, N. I. (2024). The Influence of Lifestyle and Brand Image on Purchasing Decisions for Coca-Cola Products in Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 198-205.
- Azizah, N., & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Pendidikan Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6637-6643.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2024). *Keadaan Ketenagakerjaan Kota Surabaya Agustus 2024*. Surabaya: Badan Pusat Statistik.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analisis Menggunakan Smart PLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fitriani, N., Sulistyowati, N. L., & Fauzi, U. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *SIMBA Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4*.
- Gunawan, K. R., Hadita, H., Komariah, N. S., Faeni, D. P., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Desain Produk Melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Beli Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 138-153.
- Gunawan, K. R., Hadita, H., Komariah, N. S., Faeni, D. P., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Desain Produk melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Beli Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 138-153.

- Handayani, J., Derriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. *JBB Journal of Business and Banking*, 91-103.
- Harahap, L. K. (2020). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SmartPLS (Partial Least Square)*. Semarang: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Walisongo Semarang.
- Hariani, I., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa FEB UNISMA Pengguna Sepatu Converse. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 805-812.
- Herdiansyah, & Yuliniar. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, E-WOM dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepatu Sneakers New Balance. *IKRAITH Ekonomika*, 74-82.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 105-126.
- Janah, N. R., Istiqomah, Y., & Setiawati, L. (2024). Analisis Framework Stimulus Organism Response (SOR) pada Live Streaming Marketplace terhadap Keputusan Pembelian di LAF Project. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 7189-7201.
- Jawak, M. S. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Stambuk 2019 Universitas Katolik Santo Thomas)*. Medan: Universitas Medan Area.
- Khalis, N., Liong, H., & Suryani, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung. *Vifada Management dan Digital Business*, 27-37.

- Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., Nanulaitta, D. T., & Melmambessy, S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 451-463.
- Kumar, A., Singh, R., & Gupta, S. (2021). Impact of Lifestyle Changes on Consumer Behaviour: A Study on Sustainable Products. *Journal of Consumer Research*, 456-472.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 604-630.
- Lestari, D. M. (2024). Pengaruh Ulasan Mahasiswa dan Pengetahuan Produk terhadap Pembelian Produk Lokal Implora pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *JIIIC Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 6022.
- Magfirah, N., & Aprianti, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lifestyle terhadap Minat Beli Produk Cream Glow & Lovely di Kota Bima. *JREA Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 184-198.
- Mahendra, A. R., & Sriminarti, N. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *JBE Journal of Business and Economics Research*, 168-178.
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualitas Pendidikan*, 133-139.
- Melani, S. R., Udayana, I. B., & Hutami, L. T. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty dengan Satisfaction dan Brand Love sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Smartphone Merek Vivo di Yogyakarta). *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 30-37.
- Nailis, W., Fitrianto, M. E., & Karim, S. (2021). Ketika Cinta Hadir: Pengaruh Brand Love Terhadap E-WOM dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 117-128.

- Pratama, A., & Azizah, N. (2022). Pengaruh E-WOM, Product Quality dan Price Terhadap Brand Image Melalui Perceived Value. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 113-123.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modelling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 1-13.
- Putra, K. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *JLAM Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 165.
- Rahayu, N. I., & Nizam, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 45-56.
- Ramadhan, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Price dan Social Media Marketing terhadap Purchase Decision pada Produk Sepatu Lokal di Kota Bengkulu. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 1485-1497.
- Rizkiana, C., Sulistyorini, Lulus Prapti, R. S., & Triani, D. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Edunomika*, 1-21.
- Ruslim, T. S., Febrian, F., & Suryawan, I. N. (2024). Peran Brand Awareness, Perceived Value dan Brand Uniqueness dalam Meningkatkan Brand Loyalty pada Industri Fast Fashion. *Media Bisnis*, 29-38.
- Sachlan, T. W., Tumanung, M., & Riung, C. M. (2025). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Rumah Makan di Kawasan Jalan Boulevard II Tuminting Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 408-415.

- Safeer, A. A., He, Y., & Abrar, M. (2021). The Influence of Brand Experience on Brand Authenticity and Brand Love: an Empirical Study from Asian Consumer's Perspective. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 1123-1138.
- Sahir. (2022). *Metode Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saputri, Y. W., Rhodinia, S., & Setiawan, B. (2024). Dampak Globalisasi Terhadap Perubahan Gaya Hidup di Indonesia. *Maxima Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 208-217.
- Satrio, W. (2023). Social Media Marketing Activities on the Brand Image of Compass Shoes. *MSEJ Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 8906.
- Sholihin. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sihombing. (2022). *Aplikasi Smart-PLS untuk Statistik Pemula*. Dewangga Energi Internasional.
- Silalahi, R. M., & Hartati, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Kasus pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *STIM YKPN Cakrawangsa Bisnis*, 139-156.
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 450-463.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, A. (2020). Pengaruh Merek, Desain Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Persebay Store Gresik. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 62-67.

- Syahana, N. T. (2024). Pengaruh Country of Origin dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sneakers Brand Lokal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6058.
- Syifa, F. A., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Le Minerale dengan Peran Mediasi Social Influence. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 248-261.
- Ting, B. P. (2024). Pengaruh Pengalaman Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek di Mediasi Kecintaan Merek Konsumen Laptop Berbasis Intel di Kota Semarang. *MSEJ Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1067.
- Tjiptono, D. (2020). *Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Tokopedia. (2024, June 10). *10 Pilihan Sneakers Lokal Terbaik, Bangga Karya Anak Bangsa!* Retrieved from Tokopedia: https://www.tokopedia.com/blog/top-sneakers-lokal-terbaik-fsp/?utm_source=google&utm_medium=organic
- Veronika, & Hasyim. (2024). Pengaruh Lifestyle, Brand Love, Product Quality terhadap Purchase Decision pada Produk Uniqlo. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 13227-13233.
- Wardani, D. A., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Elektronik Sanken di Kota Semarang). *JIAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1041-1048.
- Wulandari, D., Khalikussabir, & Wahyuningtiyas, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Konten, Gaya Hidup dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Produk Sunscreen Azarine Pada TikTok di Kota Malang, Lowokwaru. *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen FEB Unisma*, 3952-3959.

- Yohanna, & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust terhadap Purchase Intention Produk Gucci. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 569-579.
- Zalora. (2024, December 9). 7 Rekomendasi Sepatu Compass, Bangga Jadi Anak Indonesia. Retrieved from Zalora: <https://www.zalora.co.id/blog/fashion/rekomendasi-sepatu-compass/>