

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan celebrity endors terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i2.481>
- Aiman, U., et al. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Asfihan, A. (2021). Uji asumsi klasik: Jenis-jenis uji asumsi klasik. *FE Unisma*, 1–11. <http://fe.unisma.ac.id/MateriAjarDosen/Ekometrik/AriRiz/MAUjiNormalitas.pdf> <https://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31511>
- Bayu, S. P. (2024). Pengaruh citra merek, harga, dan rekomendasi pelanggan online terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 55–68.
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan media sosial dan harga terhadap keputusan pembelian jasa rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Dafanti, R., & Rulirianto, R. (2024). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Ventela. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 98–109.
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). Analisa bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian baju di beberapa department store di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(2), 61–70. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>
- Fahmi, R., Lestari, D., & Yusuf, A. (2021). Analisis citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 87–95.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16521>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.

- Hakim, M., Fauzi, R., & Maulana, T. (2023). Strategi brand endorsement Nike terhadap persepsi konsumen. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 7(1), 101–110.
- Hidayat, A., & Sudarwanto, H. (2022). Strategi citra merek dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 144–155.
- Khasanah, S., Nurdin, D., & Wulandari, T. (2021). Brand image dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 4(3), 87–95.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran (Edisi Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Marlius, H., & Noveliza, F. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 110–120.
- Miati, N. (2020). Persepsi konsumen terhadap citra merek fashion lokal. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 5(2), 56–64.
- Muhammad, I. (2022). Cacat produk dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Teknik Industri dan Produk*, 6(1), 77–83.
- Muhammad, I., & Maduwinarti, A. (2020). Pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 8(2), 66–75.
- Naurah, L., Darmawan, R., & Putri, A. (2023). Statistik industri sneaker global. *Jurnal Industri dan Bisnis Internasional*, 7(2), 112–120.
- Noviyanti, A. (2021). Pengaruh harga terhadap daya beli konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 3(1), 99–105.
- Panjaitan, R. (2018). Konsep pemasaran dan aplikasinya dalam bisnis modern. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(1), 43–50.
- Prasetyo, A., & Lestari, D. (2023). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Konsumen*, 6(1), 58–65.
- Prastyani, D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 12(1), 123–134.
- Putra, H., & Sulistyowati, F. (2023). Citra merek dan loyalitas konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 6(2), 78–87.
- Rahman, H. (2022). Sneaker culture di Surabaya. *Jurnal Sosial dan Gaya Hidup*, 9(1), 92–100.
- Rahmawati, E. (2023). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Toko Ghealsy Shoes ID Malang*.
- Resandra, A., Wibisono, R., & Tania, M. (2024). Evolusi fungsi sepatu dari kebutuhan ke fashion. *Jurnal Gaya Hidup dan Konsumsi*, 8(1), 45–53.
- Sari, D., & Firmansyah, M. (2023). Kualitas produk dan citra merek terhadap pembelian skincare Wardah. *Jurnal Manajemen & Bisnis Islam*, 11(1), 99–108.
- Setyawan, A., & Setiawan, A. (2023). Dampak kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan merek. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 9(2), 122–132.
- Sisrahmayanti, A., & Muslikh, M. (2022). Strategi pemasaran produk sepatu di Indonesia. *Jurnal Industri dan Konsumen*, 6(1), 54–62.

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award. (2024). Statistik indeks merek sepatu olahraga. www.topbrand-award.com
- Trista, A., Yusron, M., & Asih, R. (2020). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 7(1), 65–73.
- Wahyuni, R., Sari, D., & Luthfi, R. (2024). Citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Digital*, 5(2), 77–85.
- Wibowo, T. (2019). Strategi 4P dalam pemasaran modern. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(3), 98–105.