

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Philip, K. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid I). Prenhalindo.
- Annur, C. M. (2023). *Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juaranya!* Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>
- Arif, R. A. (2022). Pengaruh Lifestyle, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Lokal Merek Geoff Max Di Kabupaten Kebumen. *Universitas Putra Bangsa : Kebumen*, 1–9.
- Astuti, M., Dewi, F. I. R., & Dwi, B. (2023). *E-Marketing Konsep Dan Transformasi Digital* (D. Ruhjatini, Ed.). Deepublish Publisher.
- Basit, A., Yee, A. L. W., Sethu, S., Sethumadhavan, S., & Rajamanoharan, I. D. (2021). The influence of Social Media Marketing on Consumer Buying Decision through Brand Image in the Fashion Apparel Brands Impacts of the 2008 Global Financial Crisis on the Automotive Industry: A Global Perspective View project The influence of Social Media. *International Journal of Contemporary Architecture*, 8(2). <https://www.researchgate.net/publication/353377510>
- Chakkambath, R. S., Joseph, A. I., Prakaash, L., & Najeeb, M. S. (2022). What are the factors that are influencing purchase decision related to footwear among consumers? *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 14(3), 256–262. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.14.3.0531>
- Chen, L., Halepoto, H., Liu, C., Kumari, N., Yan, X., Du, Q., & Memon, H. (2021). Relationship analysis among apparel brand image, self-congruity, and consumers' purchase intention. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su132212770>
- Firmansyah, A. (2019a). *Pemasaran (Dasar & Konsep)* (Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019b). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Julianto, E. T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146>

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020a). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020b). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Harlow, Ed.; 16th Editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Goodman, M. H., & Torben, M. B. and. (2019). *Marketing Management (4th Europe)* (Harlow, Ed.). Pearson Education Limited.
- Maney, K. L., & Mathews, S. (2021). A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89–99. <https://doi.org/10.26573/2021.15.2.2>
- Maulidiyah, T. F., Madita, R., Rachel, E., Islami, P., Nafiah, M., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). The effect Of Price Perceptions and Purchase Intention on Purchase Decisions of Fashion Products Through the Marketplace Shopee in Students of walisongo State Islamic University. *Journal of Multidisciplinary Science*, 2(3). <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/prevenire>
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Emba*, 7(3), 2949–2958.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2018). *Perilaku konsumen*.
- Novanto, F. A., Hasanah, K., & Purwanto, H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compass Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September*, 1–18.
- Prasetyo, T., Simarmata, P., & Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Ssepatu Vans. *Prosiding Biema*, 1(2), 1141–1155. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8358>

- Rawi, A. A., & Aryani, L. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu “Converse” (Remaja Milenial Daerah Cinere). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 63–77.
- Sadela, A. E., Purwanto, H., & Apriyanti. (2022). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Gaya Hidup dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vetela. *Simba*, 4(3), 1–13.
- Silva, K. C. de, Madhushani, A. A. L., & Jayalath, S. D. S. (2020). The Impact of Brand Loyalty on Customer Purchase Intention: An Empirical Study on Basketball Shoe Brands of Adidas, Nike and Puma. *Journal of Physical Education and Sports Management*, 7(2). <https://doi.org/10.15640/jpesm.v7n2a3>
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliatie, urilla E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In *Yayasan kita menulis*. [https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAQBAJ&pg=PA113&dq=definisi+loyalitas&hl=ban&sa=X&ved=2ahUKEwjBm8X0o5fzAhU36XMBHZ8HAscQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=definisi loyalitas&f=false](https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAQBAJ&pg=PA113&dq=definisi+loyalitas&hl=ban&sa=X&ved=2ahUKEwjBm8X0o5fzAhU36XMBHZ8HAscQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=definisi%20loyalitas&f=false)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sumarwan. (2014). *Pengetahuan produk, menurut kutipan Buku Perilaku konsumen* (Edisi Kedu). GI, Ghaila Indonesia.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Edisi Ke-7). PT. Buku Seru.
- Tangka, C. G., Tawas, H. N., & Dotulong, L. O. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRAT Angkatan 2018. *Jurnal Emba*, 10(1), 383–392.
- Utami, O. T. S., & Istiyanto, B. (2020). Menguji Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek, Gaya Hidup Dana Kualitas Produk terhadap Minat Belia Sepatu Merk Converse di Surakarta. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 1(1), 29–38. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v1i1.37>
- www.topbrand-award.com. (2023). *Komparasi Brand Index Sepatu Olahraga*. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=20&id\\_subkategori=622&tahun\\_awal=2019&tahun\\_akhir=2023&brand1=Adidas&brand2=Diadora&brand3=Nike&brand4=Reebok](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=20&id_subkategori=622&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Adidas&brand2=Diadora&brand3=Nike&brand4=Reebok)