

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, A. (2021). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*.
<http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Afandi, W. B., Tachta Hinggo, H., & Nofirda, F. A. (2023). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU YONGKI KOMALADI DI PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
www.topbrand-award.com,
- Alfiana, D., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Hush Puppies di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 52–59.
<https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Allan Miller, & Donald Bryer. (2020). *Digital Marketing For Beginners 2021*.
- Anna Bianchi. (2021). *Driving Consumer Engagement in Social Media*.
www.routledge.com/
- Armstrong, Gary., & Kotler, Philip. (2023). *Marketing : an introduction*. Pearson.
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02), 2021.
- Barry Connolly. (2020). *Digital Trust Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*.
- Basit, A., Lum, A., Yee, W., Sethumadhavan, S., & Rajamanoharan, I. D. (2021). The influence of Social Media Marketing on Consumer Buying Decision through Brand Image in the Fashion Apparel Brands. *International Journal of Contemporary Architecture*, 8(2).
- Bima Tiknanda Arman, N. Rachma, & Ita Athia. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Love Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2020. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*,.
- Charles W. Lamb, Joe F. Hair, & Carl McDaniel. (2024). *MKTG. CENGAGE LEARNING CUSTOM P*.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
<https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Daniel Susilo. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital Brand dan Isu Keberlanjutan dalam Pemasaran*. www.penerbitlitnus.co.id

- Dava Satria Wangsawinangun, & Nur' Aeni. (2023). The influence of price, brand image and promotion on the decision to purchase Ventela shoes. In *Jurnal Mantik* (Vol. 7, Issue 2). Online.
- Dedi Rianto Rahadi. (2023). *Pengantar Partial Least Square Structural Equation Model PLS-SEM*.
- Dien Hafifah Mesayu Putri, Nobelson Syarief, & Pusporini. (2021). *PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL*.
- Elvira Ismagilova, Yogesh K. Dwivedi, Emma Slade, & Michael D. Williams. (2017). *SPRINGER BRIEFS IN BUSINESS Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. <http://www.springer.com/series/8860>
- Fatchur Rohman, D., Sidanti, H., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). *PENGARUH HARGA, CELEBRITY ENDORSER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VENTELA (STUDI KASUS MASYARAKAT DI KOTA MADIUN)*.
- Fikri Rizqi Ramadhan, M., & Iqbal Daulay, My. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PRODUK SEPATU LOKAL DI KOTA BENGKULU*. 8(1).
- Firmansyah. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, & Ross Brennan. (2019). *MARKETING AN INTRODUCTION*. www.pearson.com/uk
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing: step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- I Putu Apriana Wahyu Setiawan, I Gusti Ayu Imbayani, & I Made Surya Prayoga. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PADA GOLDENSHOES DENPASAR*. *Jurnal EMAS*, 4.
- Ianhar, D., & Yuliadi, E. T. (2023). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu*

Brand Ventela (Studi Kasus Kaum Milenial Pada Kota Tangerang) (Vol. 3, Issue 1).

Imam Ghozali. (2021). *Partial Least Square*.

Imam Ghozali, & Karlina, A. K. D. (2023). *SmartPLS 4.0*.

Indira Ruth Septarini, Anita Christine Sembiring, & Derma N Lumbantoruan. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Untuk Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu BATA. In *Junal Ilmiah Teknik Industri Prima* (Vol. 5, Issue 1).

Jeremy Preace. (2021). *SOCIAL MEDIA MARKETING*.

Julianto, E. T. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi* (Vol. 1, Issue 4).

Kamila Putri, A., & Aghniarahma Junia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Annisa Aghniarahma Junia INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 8238–8248.

Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 04).

Kinanti, D. I., & Afriani, A. L. (2021). *Pengaruh E-WOM dan Celebrity Endorser di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ortuseight*. 4(3), 149–155.

M. Anang Firmansyah. (2019). *PEMASARAN (DASAR DAN KONSEP)*.

Made, N., Dewi, P., Imbayani, G. A., Ribek, P. K., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (2021). *Vol 2 Nomor 2 Februari 2021 28 PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI E-WORD OF MOUTH PADA GIVANDA STORE DENPASAR*. www.validnews.id,

Mamedov, A., Khatibi, A. A., & Tham, J. (2022). IMPACT OF BRAND IMAGE, PRICE AND QUALITY ON PURCHASING DECISION ON FOREIGN CLOTHING COMPANIES AMONG WORKING ADULTS IN KAZAKHSTAN. *Central Asian Economic Review*, 6, 28–42. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2021-6-28-42>

Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.

Monginsidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). PENGARUH LIFESTYLE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (STUDI KASUS MANADO TOWN SQUARE) EFFECT OF LIFESTYLE

Maruli Janviter Sianturi, 2024

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU VENTELA DI DEPOK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.Repository.upnvj.ac.id

AND PRICE ON THE DECISION OF PURCHASE OF NIKE SHOES (CASE STUDY OF MANADO TOWN SQUARE). In *Pengaruh... 2949 Jurnal EMBA* (Vol. 7, Issue 3).

Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE)*. 5(3), 2021.

Natalia, J. L. F., Andrian, & Sumantyo, F. D. S. (2023). PERAN CITRA MEREK KUALITAS PRODUK DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN SHOES (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2414–2428. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>

Nathalia, A., & Satya Indriyanti, I. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI BRAND AWARENESS DAN E-WOM TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN KOSMETIK HALAL SARIAYU DI DKI JAKARTA*. 2(2), 221–236. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJM TSM>

Pandey, R., Sudershan Reddy, L., Chaudary, V., Tezaryning Widyawati, V., Gai Sin, L., Khairul Amali Bin Mohd Ghazali, M., Mui Hung Kee, D., Firdaus Bin Ibrahim, M., Zulhusni Bin Ahmad Fadzeil, M., & Azwanie Binti Mohamed, N. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). In *India CMS Business School* (Vol. 24, Issue 1).

Philip Kotler, & Gery Amstrong. (2018). *Principles of Marketing 17th GLOBAL Edition- philip kotler gery amstrong*.

Rahman Siregar, D., Irwan, M., & Nasution, P. (2024). Pengaruh Quality of Performance, Harga dan Desain Produk terhadap Kepuasan Pembelian Sepatu Brand Lokal Ventela Dikalangan Mahasiswa/i UINSU. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 1600. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i4.699>

Rifky Budi Setiawan. (2023). PERANAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DIADORA DI SPORT STATION MEDAN MARELAN. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.

Saida Zainurassalamia ZA. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Strategi*.

Solikhah, E. W., Fatmawati, I., Widowati, R., & Suyanto, M. (2022). The Effect E-Wom Website Attractiveness E-Trust and Innovation on Purchase Decision Online Sales. *Journal of Distribution Science*, 20(11), 61–69. <https://doi.org/10.15722/jds.20.11.202211.61>

- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. www.cvalfabeta.com
- Tjhin, V. U., & Aini, S. R. N. (2019). Effect of E-WOM and social media usage on purchase decision in clothing industry. *ACM International Conference Proceeding Series*, 30–34. <https://doi.org/10.1145/3332324.3332333>
- Tomy, & Rodhiah. (2021). *social media marketing tidak berpengaruh*. 2. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Vera, Dhian Tyas Untari, & Andrian. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Di PASI (Persatuan Atletik Seluruh Indonesia) Kabupaten Bangka. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 3, 3, 223–236.
- Widiatmoko, D. P., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). Influence Quality Product, Image Brand, and Promotion Regarding The Decision to Purchase Nike Shoes in Jakarta East. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 679–688. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.867>
- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*.