

Daftar Pustaka

- Alfandy, & Aryanto. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu Provide Telkomsel Prabayar (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11212–11223. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1718>
- Ananda, R., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Sisam Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 50–62. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i1.114>
- Anggoro, D. A., & Baskoro, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. 17.
- APRINDO. (2023). *Resmi Jadi Ketua Umum, Solihin Janjikan Transformasi Aprindo Lebih Progresif*. <https://www.aprindo.org/resmi-jadi-ketua-umum-solihin-janjikan-transformasi-aprindo-lebih-progresif/>
- Aprita, R., Maharani, N., & Alam, I. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin*. 1(4), 235–242.
- Asha, A. A., Dulal, M., & Habib, D. A. (2023). The influence of sustainable supply chain management, technology orientation, and organizational culture on the delivery product quality-customer satisfaction nexus. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 7(April), 100107. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100107>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa), 2024-2025*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/8cfe1a589ad3693396d3db9f/statistik-indonesia-2025.html>
- Bhasin, H. (2025). *Analisis SWOT Reebok*. Marketing 91. <https://www.marketing91.com/swot-analysis-of-reebok/>

- Cahya, A. D., Marthasari, A., Ramadhani, pramudhita A., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 144–150.
- Cahyo, I., Supriyadi, M. E., Anggraeni, T. C., & Purwanto, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina Di Bekasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 10–18. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.351>
- Chokpiriyawat, T., & Siriyota, K. (2025). *Examining the Role of Brand Image on Service Recovery Strategy in Thai Examining the Role of Brand Image on Service Recovery Strategy in Thai Private Hospitals*. May. <https://doi.org/10.47750/QAS/26.206.02>
- Deccasari, D. D., & Amin, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Sepatu Merek Sketchers). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 67–82.
- Dzulhamdi, M., Tarigan, H., & Perception, P. (2024). *Pengaruh Quality product , Price perception , dan Brand image Terhadap Customer satisfaction*. 3(5), 539–549.
- Efendi, N., Tya Wildana Hapsari Lubis, & Sugianta Ovinus Ginting. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee”. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>

- Fauzi, A. V., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 426. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.750>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Google Trends. (2024). *Reebok*. <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=reebok&hl=id>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. sage publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. sage publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/a-primer-on-partial-least-squares-structural-equation-modeling-pls-sem/book270377%0A%0A>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. sage publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Herlambang, S. (2014). *Basic marketing (dasar-dasar pemasaran) : cara mudah memahami ilmu pemasaran*.
- Hidayah, S. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 7(1), 79–98. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.5811>
- Huda, riki choyrol. (2024). *Pola Hidup Sehat Semakin Populer di Kalangan Masyarakat*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/kesehatan/1023776/pola-hidup>

sehat-semakin-populer-di-kalangan-masyarakat

- Ismawan, E., Canta, D. S., & Hadisaputro, E. L. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Bagi Mahasiswa STMIK Borneo Internasional Balikpapan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*. 9(3), 673–679. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i3.4168>
- Isu, R. J., & Hadi, M. P. (2020). Penerapan Model Word Square dan Model Talking Stick untuk Meningkatkan Hasil Belajar PKn Peserta Didik Kelas III SD GMT Airnona 2. *Edukasi Tematik: Jurnal Pendidikan ...*, 1, 42–48. <http://ejournal.unisap.ac.id/index.php/edukasitematik/article/view/27>
- Kemenpora. (2023). *Kebugaran jasmani dan Generasi Emas 2045*. https://img-deputi3.kemenpora.go.id/files/document_file/2024/06/25/34/1143laporan-nasional-sport-development-index-tahun-2023.pdf
- Kotler, P., & Amstrong, garry. (2016). *Marketing Manajemen* (edisi 15 n). pearson prentice hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 th). pearson.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management* (15 th edit). Pearson Education.inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15 TH (ed.)). Pearson Education.inc.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*. 2.
- Merdeka.com. (2023). *Profil Reebok*. <https://www.merdeka.com/reebok>
- Mutohir, T. C., Maksum, A., Kristiyanto, A., & Reesa, A. (2024). *Industri Olahraga: Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru*.

- Oliver, R. . (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 460–469. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Purwanto, A. (2021). *Kota Yogyakarta: Kota Pelajar, Wisata, dan Budaya*. <https://www.kompas.id/baca/daerah/2021/07/12/kota-yogyakarta-kota-pelajar-wisata-dan-budaya>
- Putra, A. M. C. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Sepatu Reebok di Surabaya. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Rahayu, S.-, & Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 128–147. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i2.1074>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 4(3), 1651–1667. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1004%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1004/766>
- Salsabila, N., & Pradana, W. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Maxim di Yogyakarta. *Journal of Management and Social Science*, 3(3).
- Senawidjaya, S. S. (2024). *Pengaruh Product Quality , Brand Image , dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Sepatu Lari Ortuseight di Jakarta*. 20, 157–166.
- Seo, S., Hodges, N., & Su, J. (2023). Self-Gifting and Consumer Perceived Values: Development and Validation of a Scale to Measure Consumer Perceived Values in Self-Gifting and Applied to Consumer Satisfaction. *International Journal of Radiation Oncology*Biolog*Physics*, 117(2), A3. <https://doi.org/10.1016/j.ijrobp.2023.07.007>
- STATISTA. (2023). *Growth Rate of the Sports Apparel Market in Indonesia*. <https://www.statista.com/forecasts/1436505/number-of-users-apparel->

fashion-market-indonesia

- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiono, R. P., & Nirawati, L. (2024). *The influence of product quality, brand image, and price on consumer satisfaction of nike shoe consumers in surabaya*. 7.
- Syeed, M. J. (2023). Product Quality Improves Customer Satisfaction in Readymade Garments of Bangladesh. *Digikogu.Taltech.Ee*. <https://digikogu.taltech.ee/et/Download/743a5443-a5a2-4ef9-b125-5dab66ae1550/Tootekvaliteediparandamisemjukliendirahulule.pdf>
- Tarigan, A. H., & Siregar, O. M. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Pada Pengguna MS Glow di Kota Binjai) Glow , . 3(4)*.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. andi.
- Trianita, & Damayanti. (2024). Pengaruh Kualitas Tampilan Aplikasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Gen Z Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop Di Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 113–126. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1619>
- Utami, F. P., & Ratnamurni, E. D. (2024). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Produk Hand And Body Lotion Merek Nivea Di Bandung Raya*. 8, 172–184.
- Van Ryzin, G. G. (2006). Testing the Expectancy Disconfirmation Model of Citizen Satisfaction With Local Government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 599–611. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jopart/mui058>