

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. N., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal). *Jesya*, 6(1), 147–155. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.890>
- Agus Karlan, Sri Ernawati, & Muhajirin. (2024). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Prestise Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Renda Di Kota Bima. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 480–490. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.256>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ana Ajhari, Ita Purnama, S. E. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 30–37. <https://doi.org/10.36982/jeg.v8i2.2770>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Armstrong, P. K. & G. (2008). *prinsip-prinsip pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Ayatulloh Michael Musyaffi , Hera Khairunnisa, D. K. R. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books. https://Books.Google.Co.Id/Books/About/Konsep_Dasar_Structural_Equation_Model_P.Html?Id=Kxpjeaaaqbaj&Redir_Esc=Y
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- Basar, K., Zulher, Z., & Azhari, A. (2021). the Influence of Prices, Products and Distribution on Rubber Vinnegar Purchase Decisions At Ud. Bulan Bintang Ranah Air Tiris Village. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 137–148. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v3i1.74>
- Brata, B.H., Husani, S., and Ali, H. (2016). *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At*

PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. (2nd ed.).

- Cahyono, D. W. I., Nyoman, N. I., & Martini, P. (2021). *Accountia Journal*. 5(2), 188–204.
- Daya, J. S., Rosa, T., & Tamba, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk “The Sandals” dari PT. Razer Brothers. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 86–98. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2112>
- Dewi, M. S. W., Nabila, S., & Hilaly, S. G. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Kualitas Layanan Portal Layanan Mahasiswa (POLAM) Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 198–207. <https://doi.org/10.33365/jtsi.v4i2.2635>
- Ekarina. (2020). *Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/brand/merek/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Ervan Yudhi Tri Atmoko. (2021). *mengapa lari dianggap olahraga paling mudah dan murah*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/sports/read/2021/07/29/19000058/mengapa-lari-disebut-olahraga-yang-paling-mudah-dan-murah-?page=all>
- Fadhila Damayanti. (2024). *Meningkatnya Popularitas Peminat Olahraga Lari di Indonesia*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/fadhiladamayanti9039/670e24d8ed6415566a2b7e02/meningkatnya-popularitas-peminat-olahraga-lari-di-indonesia>
- Fandy Tjiptono dan G. Chandra. (2006). *pemasaran jasa*. Banyumedia.
- Febriani, S. (2022). Analisis Deskriptif Standar Deviasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 1.
- FoEh, J. E., & Anggoro, D. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Indomie Di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), 258–275. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2858>
- Gaya Lufityanti. (2017). *Playon Jogja Tularkan virus sehat*. TribunJogja.Com. <https://jogja.tribunnews.com/2017/01/14/playon-jogja-tularkan-virus-sehat>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Polymers* (7th ed., Vol. 12, Issue 12). <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (2nd ed.).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hedman, I., & Orrensalo, T. P. (Le). (2018). Brand Image as a Facilitator of Relationship Initiation. In N. Koporcic, M. Ivanova-Gongne, A.-G. Nyström, & J.-Å. Törnroos (Eds.), *Developing Insights on Branding in the B2B Context* (pp. 97–112). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-275-220181006>
- Jonson handrian ginting. (2024). *Tahun 2024: Panggung bagi Sepatu Brand Lokal Indonesia*. Kumparan. <https://kumparan.com/m-habib-al-fahri/tahun-2024-panggung-bagi-sepatu-brand-lokal-indonesia-23JRafXIXVY/1>
- Josephus Primus. (2022). *Gandeng 910 Nineten, PB PASI Kali Pertama Berkolaborasi dengan Merek Asli Indonesia*. Kompas.Com.
- Jufrizen & Sitorus. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening PT Putra Rasya Mandiri. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 166–173. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3345>
- Keller, K. L & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*.
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.).
- kotler & keller. (2016). *A framework for marketing management* (6th ed.).
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1* (12th ed.). PT.Indeks.

- Kukuh Tri Laksono. (2024). *Top 3 sepatu running lokal favorit dr. Tirta yang ramah di kantong: 910 Geist Ekiden, Ardiles Nfinity Flash, dan Mills Enermax Dynaplate*. Hops.Id. <https://www.hops.id/unik/29413811460/top-3-sepatu-running-lokal-favorit-dr-tirta-yang-ramah-di-kantong-910-geist-ekiden-ardiles-nfinity-flash-dan-mills-enermax-dynaplate?page=3>
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Lina, R. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(1), 91–100.
- Maftukhah, M., & Wahyuning, D. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever (Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy dari Brand Unilever di Indonesia). *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 67–79.
- Maulidia, A., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 803–812. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29814>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Michael H. Kutner, J. N. (2004). *Applied Linear Regression Models series in operations and decision sciences Operations and decision sciences*. McGraw-Hill/Irwin.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek,

Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>

Pertiwi, Putra, D. (2023). The Effect Of Product Quality, Price Perception, And Brand Image On The Purchase Decision Of Lemonilo Brand Instant Noodle Products In Jakarta City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9035–9042. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Pipin Sukandi, F. M. (2023). *Jurnal ekonomi*. 5(1), 12–16.

Putra, R., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2022). Pengaruh Citra Merek Internasional (International Brand Image) Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepatu Nike Running di Mall Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), 44–49.

Reza Siregar, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 910 Di E-Commerce Pada PT. Volans. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).

Rezha Hadyan. (2020). *Gaya Hidup Sehat Makin Populer, Penjualan Sepatu Sport Lokal Terdongkrak*. *Bisnis.Com*. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20200827/220/1283745/gaya-hidup-sehat-makin-populer-penjualan-sepatu-sport-lokal-terdongkrak>

Rochimah, H. A. I. N., Priastuty, C. W., & Wicaksono, J. (2023). Analisis Partisipasi Laki -Laki Dalam Program Keluarga Berencana Di Indonesia: Sebuah Pendekatan Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(2), 214–230. <https://doi.org/10.38043/jids.v7i2.4919>

Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

Salma, N. F., & Budiono, A. (2023). Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburaji (JIMS)*, 9(1), 59–66. <https://doi.org/10.24967/jmb.v9i1.2104>

Salsa Nabila Aziz, D., Sapta Putra, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Brand Image On Consumer Repurchase Intentions For Yonex Products. *Management Studies and*

Entrepreneurship Journal, 4(6), 9043–9051.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Sartika, (2024). Pengaruh harga nasi padang bungo lawang terhadap daya tarik pembeli. *Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 85–97.
- Purwanza, (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (M. K. Ns. Arif Munandar, S.Kep. (Ed.); Ns. Arif M). Cv. Media Sains Indonesia. https://www.researchgate.net/profile/Darwin-Damanik/publication/363094958_Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_Kombinasi/links/630dfd88acd814437feb36f5/Metodologi-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-dan-Kombinasi.pdf#page=54
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.).
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Sitio. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan Pt Bank Panin Dubai Syariah, Tbk Jabodetabek Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2), 125–135. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.694>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.), *Alfabeta* (2nd ed.).
- Sulistiawan, A., Sari, E. Y. D., & Situmorang, N. Z. (2021). Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komitmen Organisasi dengan Pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 10(1), 61. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v10i1.5478>
- Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Tamba, D. (2019). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa FE-

- Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 119–145. <https://doi.org/10.54367/jmb.v17i2.411>
- Tjiptodjojo, H. &. (2024). Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 11(1), 809–817.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Bisnis Pemasaran*.
- Tjiptono F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*.
- Umar, A. T., Baskoro, D. A., & Ahsan, J. (2023). Pengaruh Media Pembelajaran terhadap Minat Belajar yang Dimoderasi oleh Pengalaman Belajar Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(2), 403–412. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i2.3988>
- umi zuhriyah. (2024). *10 Pola Hidup Sehat, Manfaat, dan Contohnya*. Tirto.Id. <https://tirto.id/manfaat-pola-hidup-sehat-cara-melakukan-dan-contohnya-gTW4>
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2020). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image, Celebrity Endorser, Product Quality in Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.8606>
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Yudha Cilaros. (2024). *Brand Sepatu Lokal vs. Brand Internasional: Persaingan di Pasar yang Semakin Ketat*. Caritrend. <https://caritrend.com/brand-sepatu-lokal-vs-brand-internasional-persaingan-di-pasar-yang-semakin-ketat/>
- Zuliaty Rajasa, E., Manap, A., Doddy Heka Ardana, P., Yusuf, M., & Harizahayu. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>