

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24.  
<https://doi.org/10.57084/jmb.v1i2.453>
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/687>
- Amin, A. M., & Natasha, S. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 188–198.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2016). *Principles Of Marketing*.
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65.  
<https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.554>
- Athallariq, F., & Suhermin, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 1–20.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4518/4518>
- Budiarti, E. A. & A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Eiger. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(5).
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.  
<https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Chandra. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1), 1–5.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>
- Darmawan, M. R., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Raket

- Yonex. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 129–140.
- Dicki Agusani, S. A. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers di Tunjungan Plaza Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Dzulkharnain, E. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.543>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., T, C. M., & Tamansiswa, U. S. (2022). *Volume . 24 Issue 3 ( 2022 ) Pages 607-617 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 ( Print ) 2528-150X ( Online ) Pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan , lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian kons.* 3(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Publikasi Ilmiah*, 689–705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea.* 4(1), 176–188.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim. (2019). *PEMBELIAN KONSUMEN NPK MUTIARA DI.* 37–53.
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144–1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bismak*, 2(2), 9–17.

- Hertina, D. (2022). *Business Ecosystem & Strategy Analysis of buying decision levels based on brand image , price , and digital marketing*. 4(1), 87–94.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Juwita, paludi. (2021). *Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01.ABSTRACT>
- Kencana, P. N. (2018). *Pinisi Discretion Review The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Motorized Vehicles with Matic Scooter Types*. 1(2), 81–88.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles Of Marketing*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*.
- Kotler, P., & A. (2018). *Principles Of Marketing Eighteen Edition*.
- Komparasi Brand Index [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=5&id\\_subkategori=205&tahun\\_awal=2019&tahun\\_akhir=2023](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=5&id_subkategori=205&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023) (Accessed 18 Juli)
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Lapian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1518–1527.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mustofa. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans pada mahasiswa stiesia surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- New Balance. (2023). <https://www.newbalance.co.id/about-us> (Accessed 23 Juni 2023)
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. [www.jurnal.imsi.or.id](http://www.jurnal.imsi.or.id)
- Nusantara, J. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Di Warung Sembako Toko Rudi Depok*. 17(1), 1–15.
- Octaviani, V., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 255–262. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2025>
- Oktavianto, R., & Kusuma Wardhani, N. I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Sidoarjo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.22754>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan

Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442>

- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Riyanto, I., & Fuadi. (2021). *Vol . 17 No . 2 Agustus 2021 ISSN : 1693-9549 PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI KASUS PADA TOKO MAS MAHKOTA INDAH SERANG ) Indar Riyanto Email : indaropay@gmail.com Fuadi Email : fuadiali71@gmail.com Dosen Prog. 17(2)*, 31–43.
- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2020). *Pengaruh Promosi , Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam. x*, 95–106.
- Sangadji, E. M., & S. (2018). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis (N. WK (Ed.)). C.V Andi Offset*.
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 209–228. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.534>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Studi, J., Amalia, N., Ekonomi, F., & Trunojoyo, U. (2019). *Pengaruh Citra Merek , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan )*. 6(2).
- Studi, N., Pengguna, P., & Olahraga, S. (2022). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Inovasi Produk*. 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Sudarsana, I. P. A. E., & Yulianthini, N. N. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 60–68.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo, Ed.; 2nd Ed.)*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.)*.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tambunan, E. (2018). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Azzahra Medan. *Mutiara Manajemen ISSN : 2579-759 X*, 3(1), 208–216.
- Tandia, A. T., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Karimun Wagon R Ags (Studi Di Dealer United Motor Centre Jalan Ahmad Yani Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 241–247.
- Taufiq, M., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(6), 1–16.
- Tee, J., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2020). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. *Prologia*, 4(1), 18. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6420>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th Ed.)*. CV. Andi Offset.
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 484–494. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.866>
- Umar Bakti, Hairudin, & Robi Setiawan. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer Pt. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i1.343>
- Visi\_dan\_Misi\_Perusahaan\_New Balance [Internet] Tersedia dalam <https://www.newbalance.co.id/about-us> [Accessed 20 Juni 2023]
- Wardani, D. A., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Elektronik Sanken di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1041–1048. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30406>
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk. *Бухгалтерия*, 84(10), 1511–1518. <https://doi.org/10.1134/s0320972519100129>

Wullur, M. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2932>

Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>

New Balance. (2023). <https://www.newbalance.co.id/about-us> (Accessed 23 Juni 2023)

