

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum-Mitra Utama.
- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan*, 64-72.
- Anggraeni, P., & Bintarti, S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Atas Kosmetik Emnina. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1-15.
- Baihaqi, A. R., Zulkarnain, & Wijayanto, G. (2021). Analisis Pengaruh Planned Behavioral Lip Cream Kosmetik Wardah Terhadap Purchase Intention dan Consumer Buying Behavior Secara Online. *Jurnal Al-Istishad*, 79-102.
- Budi, I. S., Octavia, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 59-72.
- David Rudolf Sabar, L. M. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendea. *Jurnal EMBA*, 185-193.
- Deisy, M., Lapain, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisia Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada seluruh gerai-gerai seluler di IT Center Manado. *Jurnal Emba*, 2288-2297.
- Diadora. (2023). *Corporate B2B*. Diambil kembali dari Diadora: <https://www.diadora.com/en/id/corporateb2b>
- Diadora. (2023). *Football boots and clothing technology*. Diambil kembali dari Diadora.com: <https://www.diadora.com/en/id/tecnology-football>
- Diadora. (2023). <https://www.diadora.com/en/id/>. Diambil kembali dari <https://www.diadora.com/en/id/>: <https://www.diadora.com/en/id/>
- Diadora. (2023). *Running shoes and clothing technologies*. Diambil kembali dari Diadora.com: <https://www.diadora.com/en/id/tecnology-running>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen , Ekonomi dan Akuntansi*, 176-188.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 19-31.
- Indiani, N. L. (2022). Peran Lokasi, Variasi Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 158-165.
- Jasman, & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *Pinisi Discretion Review*, 165-174.
- Khairunnisa Rahmah, U. S. (2018). The Effect of Brand Equity, Marketing Mix, and Lifestyle Toward Purchase Decision at Coffee shop in Bogor. *Journal of Consumer Sciences*, 1-15.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles Of Marketing*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Lelet, P. S., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Manzone di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA*, 1590-1599.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Barik Di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto. *Jurnal Matua*, 13-24.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 27-36.
- Noviyana, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word Of Mouth, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 906-912.
- 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 NIKE di Kota Kendal). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 357-369.
- Pramana, R. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Tupperware. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 268-279.

- Pramularso, E. Y. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125. *Jurakunman*, 56-63.
- Purba, R. S., & Syaifullah. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil di Kora Batam. *Jurnal AKRAB JUARA*, 228-239.
- Ramadhani, R. I., Sudarwati, & Hamidah, R. A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Konsumen Scarlett Whitening Surakarta). *Edunomika*, 515-525.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Surakarta. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 92-103.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior Twelfth Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Shimp, T. A. (2020). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sihite, B. F. (2019). Pengaruh Produk Quality, Celebriti Endorser dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 51-65.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Kota Bogor. *Journal of Management*, 254-272.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. (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). *Jurnal Manajemen dan Sains J-MAS*, 172-181.

- Wahyuni, S., & Praninta, A. (2021). The Influence Of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decision on Garuda Indonesia Airline Service. *Research Horizon*, 28-38.
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovai Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 1-13.
- Wiji Safitri, S. B. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Advan di Cikarang, Bekasi Tahun 2019. *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 140-157.
- Yoeliastuti, Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 212-223.

