

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, M. R., Supardi, S., Sriyono, S., & Setiyono, W. P. (2022). Analisis Kualitas, Desain, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Produk NIKE Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Sidoarjo. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(2), 147-157.
- Ali, A. (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>
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. Amwaluna: *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178-189.
- Doren, J. V., et al. (n.d.). 20664-57665-1-Pb. 12(02), 634-640.
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 250-256.
- Fatihah Sari, V., et al. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian busana muslim Queensland. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 2022-362.
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- Habibulloh, A. (2020). Sepatu futsal (Studi pada pengguna produk sepatu Specs di Kebumen). *Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal*.
- Helly Khairuddin, R. S. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas, desain dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Specs di Kota Tembilahan. 8(1), 1-23.
- Julianti, & Junaidi. (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>
- Khairuddin, H., & Saputra, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Desain Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Specs Di Kota Tembilahan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 8(1), 46-59.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Global Edition.
- Laurensia, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Serta Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Studi Kasus Pada

- Konsumen Produk H&M Di Kota Tangerang). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 78-91.
- Manopo, C., Tampi, J. R., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 499-502.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babe. Shopp Padang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255-268.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Nasution, S. L. A., 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.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh iklan, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 425-436.
- Prayogi, B. S., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs (Studi Kasus Di Toko Andra Sports Ambulu). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 50-65.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
- Putra, G. N. A. G. Y., Suartina, I. W., & Diputra, G. I. S. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Myhem Store Di Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(5), 816-825.
- Saputra, S. A., & Evelyne, F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs: Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(5), 585-596.
- Shafrizal, A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Kualitas produk, citra merek, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4(2), 1121–1133.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.

- Subandrio, & Setiawan, N. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli sepatu Specs. *Jurnal Economic Edu*, 3(1), 1–7.
- Tannady, H., Susanto, P. C., Hernawan, M. A., Suryaningsih, L., & Soehaditama, J. P. (2023). Analysis of the role of product quality and brand image on the purchase decision of customers of shoes products in jakarta. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(2), 353-357.
- Ulum, F., Widarko, A., & Khoirul, M. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 9, 1689–1699.
- Wicaksono, A. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–473. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2303>
- Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran desain produk, kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli sepatu Ventela pada generasi Z di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina*, 2(9), 2429–2438. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.825>

