

## DATAR PUSTAKA

- Adrian Latief, M., Agus Salim Monoarfa, Mohammad, Tantawi, R., Ekonomi, F., Negeri Gorontalo, U., Gorontalo, K., & Gorontalo, P. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota Gorontalo. *El-Economica*, 1(2).
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Ms Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah Ms Glow Di Kecamatan Prigen). *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.47201/Jamin.V4i2.90>
- Ajzen, I. (2020). The Theory Of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior And Emerging Technologies*, 2(4). <https://doi.org/10.1002/Hbe2.195>
- Anonymous. 2022. *Specs – Official Webside*. <https://www.specs.id/about-us> Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2025
- Anonymous. 2024. Kenali Sepatu Specs Produk Mana? Ini Sejarah Singkatnya. <https://kumparan.com/info-produk/kenali-sepatu-specs-produk-mana-ini-sejarah-singkatnya-23ncuaz11xb/full> Diakses Pada 5 Juli 2025
- Anonymous. 2024. *Proporsi Responden Terhadap Pilihan 5 Merek Sepatu Olahraga Lokal*. <https://databoks.katadata.co.id>. Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2025
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online Xyz). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>
- Caroline, S. M. P., Wulandari, J., & Roni, M. (2025). Analysis Of The Impact Of Social Media Marketing, Brand Image And Product Quality On Purchasing Decisions For Beauty Products. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 3(1).
- Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *Budgeting : Journal Of Business, Management And Accounting*, 5(2), 1106–1117. <https://doi.org/10.31539/Budgeting.V5i2.9276>

- Darojat, T. A. (2020). Effect Of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal Of Management Science (Jmas)*, 3(2), 2684–9747.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1). <https://doi.org/10.37403/Sultanist.V8i1.177>
- Fadjar, C., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Fahmi, I. (2016). Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi. *Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Chapter 1. Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research. In *Reading, Ma: Addison-Wesley*.
- Fitri, E. M., Hinggo Hichmaed Tachta, & Sulistyandari. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Mall Ska Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 3(1), 18–33.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*.
- Keloay, F., Pangemanan, S., Pandey, J., Christian Waani, N., & Mangantar, M. (2022). *Comparative Analysis Of Organizational Commitment Hotel Sutanraja Kotamobagu Dan Bank Bri Kotamobagu Branch*. 10(1), 1004–1013.
- Kotler. (2014). *Principles Of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principal Of Marketing*. In *Principles Of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15e Édition*. In *New Jersey: Pearson Education*.
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The Influence Of Promotion, Product Quality And Brand Image Towards Customer Purchase Decisions Of Wardah Cosmetic Products. *International Journal Of Research In Business And Social Science (2147- 4478)*, 11(2). <https://doi.org/10.20525/Ijrbs.V11i2.1579>

- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024a). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworhtiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037–1052.
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024b). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworhtiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037–1052. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1529>
- Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *Master: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/Master.V2i1.444>
- Murgana, E. F., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo Gresik). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/Mnmae.V1i2.359>
- Nabila, Ayuningtyas, N., & Atmanto, D. (2024). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific. In *Academy Of Education Journal* (Vol. 15, Issue 2).
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ecommers Shopee. *Ecobisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*.
- Nulufi, K., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2015). *Management Analysis Journal Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand*

Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. In *Management Analysis Journal* (Vol. 4, Issue 2). [Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj](http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj)

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Consumer Behavior And Marketing Strategy). In *Salemba Empat*.
- Pranata, N., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba)*.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26.
- Putri, V. A., Prabowo, H., & Setyorini, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://doi.org/10.55606/Jurimbik.V4i1.737>
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1).
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions. *Quantitative Economics And Management Studies*, 2(6). <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems360>
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal Di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1). <https://doi.org/10.30595/Jmbt.V1i1.10405>
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3), 2338–4794.
- Sangadji, E. Mamang, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. In *Andi*.
- Schiffman, Leon, Kanuk, & Leslie, L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*.

- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding Sendiu*.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina. (2024). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Indah Sakti Motorindo. *Journal Of Science And Social Research*, 1, 38–43. [Http://Jurnal.Goretanpena.Com/Index.Php/Jssr](http://jurnal.goretanpena.com/index.php/jssr)
- Sugiono, & Setyawami. (2022). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif Dan Studi Kasus)* (Setyawami, Ed.; 1st Ed.). Alfabeta, Cv.
- Sugiyono, Djoko. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Tamubae, A. S., Areros, A. W., & Tatimu, V. (2020). Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sigr. *Productivity*, 1(5).
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- 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>
- Wahyudi, R., Luh Indiani, N., Nyoman, I., & Widiana, W. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Elektronik Di Bali Electronic Center. *Armada: Jurnal Penelitian Multidisiplin*. <https://doi.org/10.55681/armada.v2i9.1493>
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., Sudarsono, A., & Wijayanti, K. D. (2021). *Sistem Informasi Manajemen*. Insan Cendikia Mandiri.
- Winaya, A. V. P. P., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sikap Konsumen, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Baling-Baling Kintamani. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3).