

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Anggreni, N. M. A., Trarintya, M. A. P., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 145–156.
- Apriyadi, Idriastuti, & Asnawati. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Caldeira. (2017). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Adidas di Kota Pontianak.
- Devi, S., Fauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2022). Influence of product quality and price perception on purchase decision. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 45–55.
- Fadli, M., Ayuda, F., Musfar, T. F., & Kamar, H. (2024). Kualitas produk, persepsi harga, dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 1966–1975.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. (2023). The influence of product quality and price perception on purchase decision: Satisfaction as a moderation variable. *Journal of Marketing Research*, 7(2), 112–123.
- Hasbiah, & Hasdiansa. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap niat beli sepatu lari lokal di Kota Makassar.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-11). Jakarta: PT Indeks.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, ..., & Lestari, ... (2023). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk fashion. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 55–63.
- Oen, H. A., Amrulloh, R. A., & Diany, A. A. (2025). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *ECo-Fin Journal*, 7(2), 210–223.
- Okhtavia, & Setiawan. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu olahraga Nike.
- Pratama, & Prabowo. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu.
- Putri, P., & Husein, A. E. (2025). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 88–101.
- Ryananda, M. H., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 120–131.
- Sagala, & Rahmani. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Adidas.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-7). Jakarta: PT Indeks.
- Setyawan, & Hakim. (2023). Pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian produk sepatu olahraga Specs melalui citra merek, desain produk, dan persepsi harga.
- Silalahi, R., & Hartati, S. (2022). Pengaruh gaya hidup dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 89–98.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2012). *Product Design and Development* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.

- Vauzand, & Soliha. (2022). Keputusan pembelian: Peran kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap sepatu Vans.
- Vera, Untari, & Andrian. (2024). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas di PASI (Persatuan Atletik Seluruh Indonesia) Kabupaten Bangka.
- Wigati, N., Arinastuti, A., & Wijayanto, B. (2024). Pengaruh *price fairness* terhadap keputusan pembelian produk fashion lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 21–30.
- Willson, Komariah, & Anas. (2025). Pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Ventela.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.

