

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Sosial Budaya 2021*. Jakarta: BPS.
- Euromonitor International. (2023). *Sportswear in Indonesia*. London: Euromonitor International.
- Garmin. (2024). *Garmin Connect Insights Indonesia 2024*. Garmin Ltd.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research 2*, Andi Offset. Yogyakarta, ed, 1.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). *Pearson new international edition. Multivariate data analysis, Seventh Edition*. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- Ibeng, P. (2021). *Manfaat Olahraga Lari bagi Kesehatan*. Jakarta.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks..
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson.
- Monroe, K. B. (2020). *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Parment, A., Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing: Scandinavian edition*. Pearson Higher Ed..
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pratama, A., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Putra, D., & Lestari, N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Putri, A., & Lestari, N. (2024). Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Rahman, A., & Sari, D. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen*.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk Sepatu Running. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- SULIYANTO, S. (2017). *Metode penelitian bisnis*.

- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Sutrisno, A., & Ramadhan, F. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Running. Jurnal Manajemen.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- TMO Group. (2025). Indonesia Sports Footwear Market Report 2025.
- Wibowo, A., & Lestari, S. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahraga. Jurnal Manajen

