

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyani, N., dan Sembriwing, B. K. 2012. Analisis Strategi Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada J.co Donuts & Coffee Cabang Cambridge City Square Medan. *Media Informasi Manajemen*. 1(2), pp: 1-12.
- Alamsyah, I., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass. *Jurnal Ilmu Dan Riset M*, 11(11), 11.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115-120.
- Ariella, I. R. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Desain Produk Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid". *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start- Up Bisnis*, 3(2), 215-221.
- Arikunto, Suharsini (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Garuda1371462. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(1), 3228–3255.
- Fauziyah, Siti, and Peni Haryanti. (2022). Pendidikan Dan Religius Pada Pemberdayaan Ekonomi Gen Z IPNU IPPNU. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 3: 126-39
- Ferdy Ilham Fachrezy, M., & Artadita, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Brodo Di Kota Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(2), 814–828. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48162>
- Frida Putra, R., Siti Komariah, N., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(2), 163–171.

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* Edisi. Sembilan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. B. (2019). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sakuku BCA*. 18(1), 42-61.
- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1(1), 111-123.
- Gunawan, F., (2015). Efektifitas Penggunaan Ashraf & BCL sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi LINE Let's Get Rich Dengan Menggunakan Model TEARS.
- Husen A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2).
- Kotler, d. A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, Keller Kelvin L (2012). *Marketing Management*, Edisi 15. Global Edition: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller, L 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Satu. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and K.L., Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Musay, F. P. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.

Jurnal Administrasi Bisnis,3(2),pp: 1-7

- Na, K. J. (2008). *The Influence of Product Design on Estabilishing Brand Equity*. August.
- Nuraini, A., (2015) Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang.
- Pebriyanti, F., Rahmasarita, W., & Muhsin. (2023). Pengaruh Halal Wareness dan Halal Certification Terhadap Keputusan PembelianProduk Wardah pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 129-142. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>
- Penelitian, A., Sampling, P., & Form, G. (2021). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI SEPATU LOKAL “ COMPASS ” PADA MAHASISWA SI DI INDONESIA Jurusan Manajemen Pemasaran , Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Mataram 2021 Email : rizalindrawan72@gmail.com*. 30–42.
- Prabowo, Yanuar Widi., Suharyono, Sunarti (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung 3second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang).
- Prayoga, M. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Pemasaran*, 15.
- Putra, A. H. P. K., Ridha A., As'ad A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen.
- Rahmawati, N., & Arikadi, D. C. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compas Di Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September*. <https://www.topbrand-award.com/>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Selebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:

ALFABETA.CV

- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.CV
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.CV
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Supriawati, Eliya. 2017. “Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Batik Keris Nonongan Surakarta”. *Jurnal Online Unwidha Klaten* Vol.29, No.99, 2017.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi (2015), *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Wullur, M. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2932>
- Yudha, F., & Anindita, P. K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Abstrak. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(c), 307–318.