

DAFTAR PUSTAKA

- agisnawati. (2021). *Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)*.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting And Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage, Concepts And Readings*. Mcgraw-Hill Education.
- Darmawan, M. R., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Raket Yonex. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen Tri Bisnis*, 2(2), 129–140.
- Diana Aqmal, L. F. (2022). *Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab*. 1(1), 28–39.
- Dwi Poetra, R. (2019). Bab Ii Tinjauan Pustaka Bab Ii Tinjauan Pustaka 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana Y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/Prmm.V3i1.1611>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Undip.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research* (Jilid 3). Andi.
- Hughes, Mark. (2015). *Buzz Marketing*. Elex Media Computindo.
- Kamajaya, V., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Ortuseight Di Surakarta. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4737–4749. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kinanti, D. I., & Afriani, A. L. (2021). *Pengaruh E-Wom Dan Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ortuseight Seluruh*

- Warga Negara Secara Murah Dan Berkualitas . Dunia Mendapatkan Bencana Pandemic Metode Dan Variabel Penelitian Atau Bisa Disebut Juga Explanatory Rese. 4(3), 149–155.*
- Kotler, P., & Amstrong. (2007). *Dasar Dasar Pemasaran* (9th Ed.). Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller. (2017a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12,). Pt Indeks.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017b). *Marketing Manajement 15th Ed*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Kevin, K. (2016). *Manajemen Pemasaran (12th, Jilid Ed.)*. Pt Indeks.
- Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7326. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I12.P21>
- Mutiara Widia Pradana Putri, Suprihatmi Sri Wsrdiningsih, & Sunarso. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Survei Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(2), 234 – 241.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V18i4.2846>
- Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta. *Thesis*, 1–23.
- Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Magelang Selama Pandemi

- Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), 190–205.
<https://doi.org/10.31603/Bmar.V2i2.6933>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior 12th Ed.* Pearson Education.
- Siregar, H. F. (2020). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Di Indomaret Sentul Jaya V Harapan Jaya). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Sugiyono. (2010a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono & Lestari. (2021a). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta, Cv.
- Sugiyono & Lestari. (2021b). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. In *Penerbit Alfabeta*. Alfabeta.
- Susetiyono, B., & Megayani. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). *Jurnal Stei Ekonomi, Xx(Xx)*.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management Dan Strategy*. Andi.
- Vandiah, H. (2020). Pengaruh *Brand Image*, Brand Trust Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Stei 2018 Yang Berbelanja Di E-Commerce). *Repository Stei Indonesia*, 19.