

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, E. A., & Zakiyah, K. (2023). Pengaruh Lifestyle, Influencer Marketing, Dan Product Design Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 31–42.
- Euromonitor International. (2023). *Sports footwear market report – Indonesia*. <https://www.euromonitor.com/footwear-in-indonesia/report>
- Fandy Tjiptono. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
<https://books.google.co.id/books?id=Ck4D0AEACAAJ>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176–188.
- Fitrah, & Fadhillah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surabaya. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 564–578.
- Garmin. (2024). *Garmin Connect Data Report 2024: Tren Aktivitas dan Kesehatan Pengguna di Indonesia*. <https://www.garmin.co.id/news/press-release/news-2024-dec-garmin-connect-data-report/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Dipenogoro.
- Handayani, N., & Usman, O. (2021). The Effect of Online Customer Review, Influencer Marketing, Quality Website on Purchase Decisions Online on Online Marketplace Shopee. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3768483>
- Hutabarat, J. R. (2020). *Pengaruh Influencer Marketing Pada Produk Eiger Sebagai Strategi Pemasaran Era Modern Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Di Kecamatan Medan Timur)*.
- Ibeng, P. (2021). Pengertian Olahraga, Tujuan, Manfaat, Jenis dan Menurut Ahli. *Pendidikan. Co. Id*.
- Ihwan Haerul. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scuter Matic Yamaha Mio Pada Pt. Suracojaya Abadi Motor Cabang Pangkep. *Fakultas Ekonomi Manajemen*, 2(2), 1–12.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 165–174.

- Jonathan, A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1579>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17th ed.). Pearson.
<https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Amstrong Gary. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Ke-13, Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT Indeks.
- Lengkawati, A. S., & Saputra Taris Qistan. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18 (1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Moningka, G. G., Arrazi bin Hasan Jan, & Mirah H. Rogi. (2023). Pengaruh Physical Evidence, Citra Merek Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada Cv. Mitra Sehati Jaya Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1418–1424. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.47329>
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2016). *Marketing*. South-Western Cengage Learning. <https://books.google.co.id/books?id=czFBBAAQBAJ>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Resti Rahmadani et all. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739.
- Salsabila, A., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Social Media, Word of Mouth, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada

- Lovesick Coffee Bekasi). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–19.
http://repository.stei.ac.id/1566/1/21160500405_Anindya_Salsabila_Naskah_Publikasi_Indonesia.pdf
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Strava. (2024). *Year In Sport: Trend Report*.
<https://press.strava.com/articles/strava-merilis-year-in-sport-laporan-tren>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S., Lailani, E. O., & Khomariyati, N. (2021). Prosedur Tata Kelola Administrasi Penjualan E-Commerce Di Pt. Volans. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), 46–51.
<https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.129>
- Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318–1331. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>
- Syallaysyah, J. D., Nasution, S., & Abi, Y. I. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk(Alfamart) Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 3(2), 233–240. <https://doi.org/10.37676/jambd.v3i2.6603>
- 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>