

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, A. L. B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*,. Lawrence Elbaum Associates.
- Abdilla, M. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Barbershop 'X' Kota Padang. *Menara Ekonomi*, IV(1), 59–68.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127.
<https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Akhmad Husen, Seno Sumowo, A. F. R. (2020). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. 4(July), 1–23.
- Alfikri, A. M., & Riyanto, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 12(18111029), 262–274.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Annatiqa Rismayanti, I. H. S. (2023). Store Atmosphere, Word of Mouth, dan Price Perception Terhadap keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5, 216–225.
- Arda, M. (2017). Analysis of Effect of Promotion and Word of Mouth on Purchase Decision : Case of Student University of Muhammadiyah Sumatera

Utara. *Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University*, 334–341.

Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.

Bakti, U., Hairudin, & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, 1, No. 1.

Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

Candra Wijaya, D., & Rifa'i, M. (2016). Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. In *Perdana*. <http://repository.uinsu.ac.id/2836/>

Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>

Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Sophie Martin di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal QTISHADEquity*, 1(2).

Elvina, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas di D.I Yogyakarta. *Journal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7, No. 6.

Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3 No. 2.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.

- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Indarto, E. W., & Qomariah, N. (2018). The Effect of Brand Image and Product Atributes on Customer Satisfaction The Effect of Brand Image and Product Attributes on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Indexed in Google Scholar. *Journal of Applied Management (JAM)*, 16(36), 457–466.
- Jannah, M., & Mufidah, N. (2022). Manajemen Rekrutmen Dan Seleksi Guru Bahasa Arab Di Pondok Tahfizh Putri Darul Mubarak Curup (Dmc). *Manajemen Dewantara*, 7(1), 51–59.
<https://doi.org/10.26460/md.v7i1.13742>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Judianto, O., & Hapsari, P. A. (2018). Perancangan Sepatu Wanita Ready to Wear Berbahan Kertas Kraft. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 17(2), 32.
https://doi.org/10.12962/ipitek_desain.v17i2.4685
- Kamila, & Hartono, B. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 401–412.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.307>
- Kumalasari, A. R., & Rahmawati, P. (2016). Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Merek Nike pada Mahasiswa Anggota Ukm Bola Basket Se-Diy (Studi Kasus pada Mahasiswa Anggota Ukm Bola Basket Se-DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(3), 257–265.

- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>
- Lubis, A. T., Irawati, N., & Sembiring, K. B. F. (2020). The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe , Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 32–40.
- Luthfi humam, Rois Arifin, M. K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Association, Brand Image, Brand Trust, Price Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Vans (Studi kasus pada pembelian Sepatu Sneakers merek Vans Di Infusionstore Malang). *Riset Manajemen*, 10(13), 132.
- Made Febri Purnama Sari, D., & Fiolita, M. (2021). Price Perception, Variety Seeking, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Store Switching Dalam Belanja Online Pada Tokopedia Di Kota Denpasar. *Juima : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 66–72. <https://doi.org/10.36733/juima.v11i1.2063>
- Maghfiroh, A. Z. A. S. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(1), 132–140.
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Ngoma, M., & Ntale, P. D. (2019). Word of mouth communication: A mediator of relationship marketing and customer loyalty. *Cogent Business and*

Management, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1580123>

Nurchayyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–16.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>

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>

Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Journal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mulawarman*, 14.

Prayogi, D., & Suhermin. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.

Qu, Y., Khan, J., Yuyang, S., Tong, J., & Zhao, S. (2023). Impulse Buying Tendency in Live Stream Commerce: The Role of Viewing Frequency and Anticipated Emotions Influencing Scaecity-induced Purchase Decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>

Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). The Influence of Brand Awareness,

- Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 8(1), 73–86. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8i1.1610>
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli. In *Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Vol. 2).
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Setiawan, T., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Di Marketplace. *Journal of Applied Business Administration*, 6(2), 90–100. <https://doi.org/10.30871/jaba.v6i2.4449>
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 35–44. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Supriadi Muslimin, Zainab, W. J. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al - Azhar Jpurnal of Islamic Economics*, 2 No 1, 1–11.
- Syifa Zakiya Nurlatifah, R. M. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth(WOM) dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 219–226. <https://doaj.org/article/ea65eba20c7045858878b2aec206fa10>

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Pemasaran Strategik*.
[http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=43287&pRegionCode=JIU
NMAL&pClientId=111](http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=43287&pRegionCode=JIU
NMAL&pClientId=111)

Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>

Widyaputra, & Djawoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Kreativitas Iklan, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–18.

