

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi, T. N., & Basuki, A. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass (Studi Pada Konsumen Sepatu Compass di Malang). *Jimfeb.Ub.Ac.Id*.
- Al Arif, M. N. R. (2021). Dasar-dasar pemasaran bank syariah. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung
- Al Fajri, F., Parlyna, R., & Fadillah Fidhyallah, N. (2021). Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal: Peran dari Harga dan Kualitas Produk (Vol. 2, Issue 1).
- Angelyn, & Kodrat, S. D. (2021). *The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship*, 1(1). <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i1.1946.g1548>
- Aprileny, I., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 37–51. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544>
- Arianto, A. dkk (2023). Manajemen Pemasaran. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Arif, M. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021).
- Aryadita, & Meiliana. (2019). Alasan Pembeli Sepatu Compass Rela Antre Semalaman: Kayaknya Gaul Gitu <https://Megapolitan.Kompas.Com/Read/2019/12/14/14004101/Alasan-Pembeli-Sepatu-Compass-Rela-Antre-Semalaman-Kayaknya-Gaul-Gitu>.
- Azrial, A. M. D., & Kayani, D. P. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geoff Max. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 458–468. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3779>
- Bambang, T., & Firdiyansyah, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Online Di Toko L-In Shop Batam. *Jurnal Rekaman*, 5(1). <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/86>
- Candra Wijaya, D., & Rifa'i, M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. In *Perdana*.

- Catriana, & Sukama. (2021). Produk Sepatu Lokal Bisa Jadi Raja di Negeri Sendiri. <https://Money.Kompas.Com/Read/2021/03/12/162555826/Produk-Sepatu-Lokal-Bisa-Jadi-Raja-Di-Negeri-Sendiri>.
- Dairina Laila, & Sanjaya Vicky F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada produk sepatu merek Converse). *Journal Ekonomi Islam*, 7, 118–134.
- Deliyanti, O. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. LaksBang PRESSindo: Yogyakarta.
- Dewi, P., Imbayani, G. A., & Ribek, P. K. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. [www.validnews.id](http://www.validnews.id),
- Dewi Saidatul Mukarromah, & Chusnul Rofiah. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2.
- Dian, A. S., & Eddy, R. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding SENDIU*.
- Endang, A., Reni, P., & Dewi, S. (2021). *Azas-Azas Manajemen*. Yogyakarta: CV. Istana Agency Istana Publishing
- Fikri Rizqi Ramadhan, M., & Iqbal Dauly, M. Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Price Dan Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Pada Produk Sepatu Lokal Di Kota Bengkulu. 8(1).
- Fitriana, Yandri Sudodo, & Lukmanul Hakim. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame ( Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa ) (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
- Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetyo, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. 2(1). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1.
- Kardinah Indrianna, Widjarnarko, W., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2021). *Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso*. <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Kolinug, M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (n.d.). Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi) The Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Revlon Cosmetic Purchase Decision (Case Study On Sam Ratulangi University Students). In *101 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).
- Kristiawan, & Keni. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *DeReMa (Development of Research Management)*.
- Makmur, & Saprijal. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. <https://media.neliti.com/media/publications/58203-ID-strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-vo.pdf>
- Mileva, & Fauzy. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. [repository.ub.ac.id](https://repository.ub.ac.id/id/eprint/162980/) (Vol. 3).
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/view/113/76>
- Narottama, N., & Erinda, N. P. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. In *JUMPA* (Vol. 8, Issue 2). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Nasution Asrizal Efendy, Putri Linzzy Pratami, & Lesmana Muhammad Taufik. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*.
- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Strategi Dalam Manajemen Pemasaran Produk Asuransi Syariah Allianz Life Indonesia*. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i1.859>
- Nur Setiyadi, I., Rahman Alamsyah, A., & Kusdyah Rachmawati, I. (2022). Maker: Jurnal Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-Wom,



- Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Nurhalim. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 26–41.
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing*, Pearcon Education.
- Pratiwi, S. D., & Suriani, L. (2017). Strategi pemasaran produk rangka atap baja ringan pada pt. Hari rezeki kita semua pekanbaru. 3(2). <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/2078/1216>
- Putra, R., Komang, I., & Darma, G. S. (2020). Process of Decisions Making Purchase Online on Instagram Social Media. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(1), 165–171. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.167>
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By alifah ratu tahun 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6.
- Resta Made Handika, by, & Sri Darma, G. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. 15(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Reza Siregar, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 910 Di E-Commerce Pada PT. Volans. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Rosmayanti Melan. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03).
- Rusmadi. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern, Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(4).
- 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).
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru).

*Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2).  
<https://doi.org/10.35130/jrimk>

Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. Gst. A. Kt. Gd. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>

Situmorang, S. H., Mulyono, H., Tawila, L., Peran, B. /, Manfaat, D., Media, S., Bagi, M., & Kecil, U. (2018). *Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil*.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.

Supriyadi, Wahyu Wiyani, & Ginanjar Indra K.N. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand imagerhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajeme*, 4.

Susan, E. (n.d.). Manajemen sumber daya manusia. *Jurnal manajemen pendidikan islam*, Volume. 9, No. 2

Sutrisno. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram, Persepsi Biaya Pendidikan Dan Brand Recognitionterhadap Keputusan Pembelian Pada Stie Wiyatamandala. *Jurnal Bina Manajemen*, 10. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/116/100>

Thia Annissa. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hotel Mercure Bandung City Centre: *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN-Indonesia Mandiri*

Thomson, & Ginting, L. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*. Adoc.Pub