

DAFTAR PUSTAKA

- Aboud, K. (2012). The selection of the types of shoes and its impact on the skin of the feet. *Our Dermatology Online*, 3 (3), 221–223. <https://doi.org/10.7241/ourd.20123.51>
- Acker, V. Van. (2015). Defining, measuring, and using the lifestyle concept in modal choice research. *Transportation Research Record*, 25 (25), 74–82. <https://doi.org/10.3141/2495-08>
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5 (3), 1–9.
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9 (1), 198–208. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26322>
- Aini, Y. N., & Khuzaini. (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.
- Akdoğan, Ç. (2021). A Study on the effect of price on consumer purchase decision-making. *BANESS Congress Series on Economics, Business and Management*, 01 (11), 285–293.
- Alsabiyah, T. (2019). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse). *Skripsi*. Universitas Brawijaya.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse. *Akmami*, 2 (2), 204–219.
- Bayu. (2018). *Terungkap 6 alasan kenapa sepatu Vans begitu banyak diminati*. Pricezq : Berita & Artikel Fashion. <https://www.priceza.co.id/guide/Harga-Sepatu-Vans/1218>
- Calvin, & Samuel, H. (2014). Analisa pengaruh brand image, brand trust dan economic benefit terhadap niat pembelian polis asuransi PT. Sequislife di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1), 1–11.
- Chandra, G., & Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran strategik* (Edisi kedua). Yogyakarta. Penerbit Andi.

- CNBC Indonesia. (2019). *Gairah industri fashion Indonesia*. Lifestyle News CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia>
- Databoks. (2023). *Deretan merek sneakers paling disukai masyarakat Indonesia, Adidas juaranya!* Katadata Insight Center. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>
- Durianto, D. (2004). *Strategi menaklukkan pasar* (Edisi pertama). Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzy, A. (2019). Metode sampling. *In Molecules* 9 (1).
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. Yogyakarta. Penerbit Qiara Media.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Australia. Pearson Education.
- Haribowo, R., Bilgies, A. F., Verawaty, V., & ... (2022). Analisis pengaruh brand image dan celebrity endoser terhadap purchase decision produk bakery Bittersweet By Najla. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3 (5), 3220–3230. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i5.1170>
- Humam, L., Arifin, R., & ABS, M. K. (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.
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9 (2), 80–101.
- Ismail, H., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 8 (4), 3387–3396.
- Kemenparekraf RI. (2023). *Tren fesyen 2023 di Indonesia, wastra menjadi unggulan*. Website Kemenparekraf RI. <https://kemenparekraf.go.id/destinasi-super-prioritas/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan>.
- Kodrat, D. S., Melinda, T., & Krisprimandoyo, D. A. (2020). Developing innovative footwear designs: Empirical evidence from Indonesia. *Leather and*

Footwear Journal, 20 (4), 413–424. <https://doi.org/10.24264/lfj.20.4.7>

Kota Kasablanka. (2023). *Kualitas dan reputasi produk Vans: Mengenal lebih dekat keunggulan brand sepatu terkenal*. Featured News. <https://www.kotakasablanka.co.id/news-article/83>.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi kesatu). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi lima belas). Essex Pearson Education.

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *principles of marketing* (Edisi keempat). Pearson.

Kumbara, V. B. (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>

Lone, R. A., & Bhat, M. A. (2022). Product Quality and customer loyalty: a review of literature. *International Journal of Marketing and Technology*, 12 (06), 1–21.

Marchiani, N. D., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh gaya hidup, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Converse (Studi pada mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4 (3), 1–9.

Margiyanto, M. (2013). *Pembelian Blackberry Di Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.

Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh gaya hidup (lifestyle) dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5 (1), 63–70.

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., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja : Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 14 (1), 16-23. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>

Pratiwi, M. Y. (2017). Pengaruh Harga, promosi dan citra merek terhadap

- keputusan pembelian sepatu 2beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6, 1–19.
- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand image, kualitas produk, harga dan life style terhadap keputusan pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3 (2), 343–351.
- Putri, H. A. (2019). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, 11 (4), 1–21.
- Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). The effect of the price, promotion, location, brand image and quality products towards the purchase decision of consumers at Bengkel Gaoel Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3 (2), 592–604.
- Romadhoni, M. (2015). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu Nike pada mahasiswa FIK UNY. *E-journal UNY*, 53 (9), 1689–1699.
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna cafe dan resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2 (3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian* (Cetakan Pertama). Lampung. Penerbit KBM Indonesia.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal Adidas di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4 (2), 201–217.
- 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>
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (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>
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di toko orignal sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.

- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh brand ambassador, viral marketing dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu Nike pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9 (4), 841–850.
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh sikap konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone (Studi pada mahasiswa Unsrat di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8 (1), 511–520.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma : Jurnal Manajemen*, 5 (1), 26–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/bjm.v5i1.21982>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (Edisi 2). Bandung. Ghalia Indonesia
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 (1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 4 (1), 2443–3837. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Sutrasmawati, E. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5 (4), 281–288. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Syahrazad, I. F., & Hanifa, F. H. (2019). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Telkom). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 5 (1), 65–73.
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? external factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20 (15), 679–686. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00123-9)
- Vans. (2017). *A brief history of Vans : Off the wall since '66*. Vans Off The Wall Website. <https://www.vans.com/en-us/company/about#1966>
- Vanshead Indonesia. (2021). *Vanshead Indonesia*. Vanshead Indonesia Website. <https://vanshead.id/>

- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada yellow truck cabang Sunda Bandung Tahun 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3 (2), 230.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh brand image , daya tarik iklan , dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Edisi keempat). Yogyakarta. Kencana.
- Zahra, F., & Saryadi, S. (2017). Pengaruh minat, opini dan aktivitas konsumen terhadap keputusan pembelian di Shabu Auce Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6 (3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16793>