

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2021). *Manajemen Ekuitas Merek. Cetakan 1*. Terjemahan Aris Ananda. Jakarta
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amelia, P. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area* (Skripsi, Universitas Medan Area). Universitas Medan Area.
- Amilia, S., & Asmara Nst, M. O. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-673.
- Anwar, S., & Mujito. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Apriliani, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Fashion Lokal. *Universitas Islam Malang*.
- Arinawaty, E., dan B. Suryadi. (2021). *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran*. Penerbit Grasindo : Jakarta. Hal 164
- Azali, Z. A. (2021). Pengaruh Kualitas Provider Telkomsel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Desa Ciluluk. *Prosiding No. 6 Tahun 2023*, 377. ISSN 2614–6681 (Cetak), ISSN 2656–6362 (Online).
- Charantimath, P. M. (2020). *Total Quality Management (3rd ed., Vol. 148)*. Pearson Education, Inc.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1-13.
- Dewi, C. K. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *eProceedings of Management*, 11(2), 88–96.
- Fatmawati, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas dan Sepatu Charles & Keith. *Universitas Semarang*.
- Fatmawati, A. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Dan Sepatu Charles & Keith (Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/19141>

- Firmansyah, A., & Ardiansyah, R. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 115–123.
- Fitri, K. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Javana (Skripsi). Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Retrieved from <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/7316>
- Fitri, K. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Javana. *Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.
- Fitri, K. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman The Javana (Studi Pada Konsumen The Javana Di Kelurahan Tompokersan Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1). <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hafidz, M. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Brand Identity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela* (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia.
- Irham, F. (2020). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.
- Kiswanto, J. D. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 451-464.
- Kotler, Philip. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 7(2), 152-163
- Kurniawati, L., Untari, D., & Raspati, M. I. (2022). Psikologi Pemasaran Di Era Komunikasi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, 5(1), 99–120. <https://doi.org/10.29103/jimfh.v5i3.10442>
- Kurniawati, N., & Hidayat, T. (2020). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Milenial*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 45–52.
- Laoli, C. M. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepatu Bata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 22–30.

- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-241.
- Maruli Tua, G. V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible DAB Decker Di CV. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Jukim*, 1(4), 140-154.
- Nadia, A., & Fitriani, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6(3), 22–29.
- Notoadmojo, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Putra, D. E. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks Kaleng (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Putri, O. S. D., & Samboro, J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bisnis*, 6(2), 87–94.
- Racmad et, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Ragatirta, L. P. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 7(2), 143-152
- Ramadhan, F., & Sari, L. (2022). *Preferensi Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Produk Fashion Lokal*. *Jurnal Pemasaran Modern*, 4(1), 88–97.
- Rizal, A. (2023). *Pengaruh E-WOM, Brand Awareness, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Pada Mahasiswa (Skripsi)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rusmawan, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman Di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26-41. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i2.81>

- Samboro, J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bisnis*, 6(2), 87–94.
- Sanjaya, A. (2023). Indikator Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 5(2), 45-58.
- Sanjiwani, S. S., Hadi, M., & Waris, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 155–164.
- Siregar, D., & Fauzi, M. (2021). *Analisis Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion Lokal di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 103–111.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suryana, A. (2020). *Dimensi Kualitas Produk Dan Penerapannya*. Penerbit : Gramedia Group Indonesia
- Susanti, A. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Barang Dan Jasa*. Jakarta: Penerbit Cakra Media.
- Susanti, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pulpen Parker Pada PT. Sahabat Utama Traco Di Marketplace Shopee Official Store. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*, 3(2), 333-342
- Tangka, G. C. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Universitas Sam Ratulangi*.
- Tangka, G. C., Tawas, H. N., & Dotulong, L. O. H. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes): Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRAT Angkatan 2018. *Jurnal EMBA*, 10(1), 383-392. <https://doi.org/10.2303-1174>
- Tjiptono, F (2020) *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.pp.21-136
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Wardoyo. (2023). Faktor Determinan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Karawaci. *Jurnal JAMAN*, 3(2), 49-58.
- Waris, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 155–164.

- Wicaksono, M. F. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, Mutu Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Sepatu Ventela. *Universitas Widya Dharma Klaten*.
- Wicaksono, M. F. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, Mutu Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Lokal Sepatu Merek Ventela Di Klaten (*Skripsi, Universitas Widya Dharma Klaten*). Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Dharma Klaten.
- Wulandari, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela pada Mahasiswa FEB UNISMA. *Universitas Islam Malang*.
- Wulandari, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Ventela (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019) (*Skripsi, Universitas Islam Malang*). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Wulandari, D., & Saputra, R. (2021). Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Sepatu Lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 10(2), 65–74.
- Wulandari, T., & Maulana, H. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online*. *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 3(2), 57–68.
- Wullur, M. P., & Djawoto, D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(3), 1–16. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3549>
- Yanto, H., Haryani Hatta, I., & Ateniyanti, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Brand Image serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 6(2), 110–119.
- Yoseph, C. (2022). Indikator-Indikator Harga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(3), 78-89.