

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, . (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Online Melalui Aplikasi Shopee. *Karya Ilmiah*, 362.
- Afwan, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 1-10.
- Akbar, A. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Jakarta: Jurnal, Universitas Gundarma.
- Amri, M. S. (2021). Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Compass (Studi Kasus Konsumen Sepatu Compass Di Kota Surakarta). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing Dan Brand Image*, 1.
- Amroon. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention* 5(12), 5187-5191.
- Andi Rulyadi, A. S. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Pada Pelanggan Ponsel Bepepe Pasir Pengaraian). *Brand Image and Purchase Decision*, 8.
- Anwar, F. (2022, Februari 15). *Industri Fashion Indonesia 2022 Terus Bergairah Meski Di Tengah Situasi Sulit*. Retrieved from [youngster.id: https://youngster.id/news/industri-fashion-indonesia-2022-terus-bergairah-meski-di-tengah-situasi-sulit/](https://youngster.id/news/industri-fashion-indonesia-2022-terus-bergairah-meski-di-tengah-situasi-sulit/)
- Armstrong, G. &. (2017). *Principles of Marketing*. NewYork: 17th red.
- Bayuwin. (2015, Oktober). *Strategi Bisnis Sepatu Brodo*. Retrieved from Bayuwin.com: <https://www.bayuwin.com/2015/10/sepatu-brodo-online-dan-senjata.html>
- Brodo. (2023, 01 03). *Brodo*. Retrieved from Brodo: <https://bro.do/>
- CNBC. (2018, Februari 20). *Peminat Sneakers di Indonesia Naik 70%*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70>
- CNBC. (2019, July 14). *Gairah Industri Fashion Indonesia*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia>

- Ernawati, D. (. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Ervina. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No. 1.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo.
- Indrawan, R. Y. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.
- Keller, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Ed. Ketiga Belas Jilid 2*. Erlangga .
- kompasiana.com. (2017, Januari 21). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia?page=all>
- Kotler, d. A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Global Edition Pearson.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. London: Pearson.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid. 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristy, A. (2022, Desember 07). *10 Pilihan Sneakers Lokal Terbaik, Bangga Karya Anak Bangsa!* Retrieved from Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/blog/top-sneakers-lokal-terbaik-fsp/>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 607.
- Merdeka.com. (2022, Juni 5). *Asal-Usul Julukan Paris van Java untuk Kota Bandung*. Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/histori/asal-usul-julukan-paris-van-java-untuk-kota-bandung.html>
- Natalia, A. (2021, Mei 7). *Sneakerheads, Ini 10 Brand Sepatu Lokal Terbaik Kualitas Tinggi!* Retrieved from Shopee: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/brand-sepatu-lokal-terbaik-kualitas-tinggi/>
- Ngantung, D. (2019, November 8). *Ratusan Orang Antre Beli Sneakers Compass di Urban Sneaker Society, SCBD*. Retrieved from wolipop: <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4776874/ratusan-orang-antre-beli-sneakers-compass-di-urban-sneaker-society-scbd>

- Pratama Indrianto, A. (2021). *Journal Economics and Business. Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ades di yogyakarta*, 18.
- Prayoga, M. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Pemasaran*, 15.
- Qothrunnada, K. (2022, Mei 23). *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. Retrieved from Detik: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>
- Rahmawati. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schwartz, S. J. (2017). *Handbook of identity theory and research*. New York: Springer.
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business) Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, D. (2018, September 1). *1.000 Pasang Sepatu Brodo Terjual Selama Asian Games 2018*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5e9a55dc36d7d/1000-pasang-sepatu-brodo-terjual-selama-asian-games-2018>
- Sofyan, P. d. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suciati, S. M. (2018). Perkembangan Model Sepatu di Romawi. *Sepatu*, 1-2.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Surya, M. T. (2014). Brand Image Brodo Footwear Melalui Kegiatan Sales Promotion Free Shoes For One Year (Studi Deskriptif Tentang Pembentukan Brand Image Brodo Footwear Melalui Kegiatan Sales Promotion Free Shoes For One Years). *Skripsi*, 65.
- Tashandra, N. (2019, Desember 11). *8 Sepatu Lokal yang Bersinar Sepanjang 2019*. Retrieved from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/12/11/114500620/8-sepatu-lokal-yang-bersinar-sepanjang-2019?page=all>
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

- Wibowo, M. H. (2022). Analisis Brand Positioning dan Strategi Branding Sepatu Lokal (Studi Kasus pada Brand Sepatu Compass, NAH Project, Brodo, dan Geoff Max). *Skripsi*, 17.
- Wicaksono, A. (2017). Perkembangan Alas Kaki Manusia. *Perkembangan Alas Kaki Manusia*, 01.
- Wijaya, B. S. (2012). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management*, 62-63.