

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2022). *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*. *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(1), 1–13.
- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko RR Stuff di Bengkulu*.
- adminlina. (2018, July). *Menguak Tiga Besar Penyumbang Perekonomian Ekraf*. <https://pelakubisnis.com/2018/07/menguak-tiga-besar-penyumbang-perekonomian-ekraf/>
- Ali, M. M., Tri Hariyati, Meli, Y. P., & Siti Afifah. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian*. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- 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)*.
- Cinthya. (2023, July 24). *Pengertian Brand Perception Dan 7 Cara Ampuh Menerapkannya*. *Accurate.Id*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-brand-perception/>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah, Ed.; 1st ed., Vol. 1). PT Remaja Rosdakarya.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). *Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Ekarina. (2020, October 27). *Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri*. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). *Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Farodlilah Muqoddam. (2022, May 18). *Aerostreet, Jagoan Sepatu Viral Dari Klaten*. *Semarang.Bisnis.Com*.
- Fathurrizal, A. (2022). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Aerostreet Terhadap Brand Awareness*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed., Vol. 1). CV.Penerbit Qiara Media. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678\\_Buku\\_Komunikasi\\_Pemasaran/links/5efe789b299bf1](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf1)

[8816fccc6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](#)

Gusmanto, T. C. (2021). *Analisis Following to Follower Instagram Pada 6 Brand Sepatu Lokal Dengan Kualitas Bagus dan Harga Terjangkau*.  
<https://osf.io/a6yrw/download/?format=pdf>

Helal, G., Ozuem, W., & Lancaster, G. (2018). *Social Media Brand Perceptions of Millennials*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(10), 977–998. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2018-0066>

Heryana, A. (2020). *Hipotesis Penelitian*. Researchgate.Net, 1–17.  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>

Isnaini, H. (2023, February 15). *Upaya Brand Sepatu Lokal Bertahan Dari Persaingan*. SINDONEWS.COM.  
<https://ekbis.sindonews.com/read/1023957/34/upaya-brand-sepatu-lokal-bertahan-dari-persaingan-1676480578>

Julianto, E. T. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi*. (Vol. 1, Issue 4).

Kemenparekraf. (2021). *Sneaker Lokal Jadi Identitas Ana Muda Kekinian*.  
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Sneaker-Lokal-Jadi-Identitas-Anak-Muda-Kekinian>

Khasanah, L. U. (2021, September 10). *Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif*. <https://dqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif>

Kurnianto, Y. T. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi)*.

Kurniawan, D. (2018). *Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 12(1), 1–9.

Kusdyah, I. (2012). *Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 1–8.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>

Kusuma<sup>1</sup>, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.

Maulana, A. H., Shah, B. C., Pradana, A., & Hakim, L. (2023). *Persepsi Mendukung Produk Lokal Pengguna Instagram Pada Penggunaan Hashtag Instagram (#)LokalTakGentar Brand Aerostreet 1*. <https://conference.untag->

[sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1625](http://sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1625)

- Mubarog, H., & Hidayati, Y. N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo*. 10(2), 1–8.
- Mutiara Nabila. (2023, October 9). *Sosok Aditya Caesarico Dibalik Merek Sepatu Aerostreet Yang Go Internasional*. Entrepreneur.Bisnis.Com.
- Nasrullah, R. (2018). *Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial Public Digital Research: Media Perspective And Virtual Reality In Social Media*. Jurnal Sosioteknologi, 17(2), 1–17.
- Navilah, I. A., Wardani, A. K., P, I. B., A, M. S., & A, P. P. (2023). *Pengaruh Kolaborasi Sepatu Aerostreet Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan, 1(2), 154–162.  
<https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.773>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods : qualitative and quantitative approaches* (7th ed., Vol. 7).
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali*. In *JUST-BEST: Journal of Sustainable Business and Management* (Vol. 1, Issue 1). doi.  
<https://globalresearcher.net/index.php/justbest/index>
- Prasetyo, Y. A. (2022). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. 1–17.
- Rianto, P. (2016). *Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media*. Jurnal Komunikasi, 01(02), 90–96.
- Rohman, R. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Merek, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Persepsi Nilai (Studi Pada Konsumen Susu Formula Bebelac di Yogyakarta)*. 1–9.
- Salma. (2023, March 10). *Hipotesis Penelitian*. Deepublish.  
<https://penerbitdeepublish.com/hipotesis-penelitian/>
- Samudro, A., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, E. Z. (2020). *Assessing the effects of perceived quality and perceived value on customer satisfaction*. Management Science Letters, 10(5), 1077–1084.  
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.001>
- Sandeep Bhadari. (2023, July 15). *Whatsapp Vs Instagram: Perbedaan Dan Perbandingan*. <https://askanydifference.com/id/difference-between-whatsapp-and-instagram/>

- Saskia, C. (2023, February 14). *15 Medsos Favorite Orang Indonesia*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram?page=all>
- Sijabat, L., Rantung, D. I., & Mandagi, D. W. (2022). *The Role Of Social Media Influencers In Shaping Customer Brand Engagement And Brand Perception*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33096/jmb.v9i2.459>
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif, Ed.; 5th ed.). PT Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif, Ed.; 1st ed., Vol. 1). PT Refika Aditama.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed., Vol. 1). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed., Vol. 1). Alfabeta.
- Susanto, A.B. (2006). *Merubah Merek, Merubah Persepsi*. <http://www.jakartaconsulting.com/art-01-13.htm>.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). Grafindo.
- Walid. (2018). *Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Platbm1912 Di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP, 5, 1–10. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/19234/18591>