

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). CV. Noah Aletheia: Bali.
- Antaranews.com. (2023). *Kemenperin: IKM alas kaki terdongkrak peran generasi muda*. <https://www.antaranews.com/berita/3688998/kemenperin-ikm-alas-kaki-terdongkrak-peran-generasi-muda>.
- Ayu, W. et al. (2023). Pengaruh Kolaborasi Sepatu Aerostreet Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1(2), 67–76.
- Chen, H. C., & Lin, M. H. (2020). A study on the correlations among product design, statistics education, and purchase intention - A case of toy Industry. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(4), 1189–1195. <https://doi.org/10.29333/ejmste/81119>
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Fransiscus, B., & Husda, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 536–541. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/5308>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goodstats.com. (2023). *Penguatan Ekspor Industri Sepatu Lokal di Tengah Ancaman Resesi Global*. <https://goodstats.id/article/penguatan-ekspor-industri-sepatu-lokal-di-tengah-ancaman-resesi-global-I5V9C>
- Gozali, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-Pop Melalui E-Commerce (Studi Pada Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di KLOSS Surabaya). *Thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.*, 1, 12–26.
- Gupta, O. J., & Singh, A. (2020). Influence of Quality & Design on Purchase Intention: Empirical Study of Chinese Brand. *SMS Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 4(01), 94–103. <https://doi.org/10.21844/smsjei.v4i01.10805>
- Haitao, N. (2022). The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase Intention (Study Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(1), 166–174. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i1.1466>

- Hakim, M., & Ambar Lukitaningsih, S. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23.
- Hasana Hilaliatun, F. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi, Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Di Purwokerto. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 190–199.
- Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis1JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 1–13.
- Keller, K. L., & Swaminathan. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edit). Pearson Education.
- Kompasiana.com. (2023). *Meningkatnya Pemakaian Sepatu Lokal Brand di Kalangan Remaja Masa Kini*. <https://www.kompasiana.com/husni420/619baf7706310e4e5063f4b3/meningkatnya-pemakaian-sepatu-lokal-brand-di-kalangan-remaja-masa-kini>.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi. 13). Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing Introduction Prentice Hall Twelfth Edition* (Pearson Ed).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (12th ed.). Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- 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>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lifestyle.bisnis.com. (2023). *Ini Kiat Brand Sepatu Lokal Bersaing di Tengah*

Pandemi. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210611/104/1404360/ini-kiat-brand-sepatu-lokal-bersaing-di-tengah-pandemi>

- M. Trihudyatmanto, Donita Septiana Insyiraah, H. P. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Merchandise Official (Studi pada para penggemar K-Pop di Wonosobo). *Jamasy: ISSN: 2809-7580 Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(4), 19–31.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184–190.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36.
- Novanto, Hasanah, P. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compass Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 1–18.
- Orville, Larrache, & Boyd. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Pertiwi, R. B., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 41–49. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Phan Tan, L., & Le, T. H. (2023). the Influence of Perceived Price and Quality of Delivery on Online Purchase Intention: the Evidence From Vietnamese Purchasers. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2173838>
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(6), 71–76. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025> <http://dx.doi.org/10.1038/nature10402> <http://dx.doi.org/10.1038/nature21059> <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127> <http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Rachmania, S. M., Satoto, E. B., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pada Followers @tokopedia. *Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(6), 74–86.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

Semarang.bisnis.com. (2023). *Aerostreet, Jagoan Sepatu Viral dari Klaten*.
<https://semarang.bisnis.com/read/20220518/536/1534237/aerostreet-jagoan-sepatu-viral-dari-klaten>

Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.

Shiffman, & Kanuk. (2017). *Customer Behavior 7th. Edition (Perilaku Konsumen)*. Indeks. Jakarta.

Soefhwan, S., & Kurniawati, K. (2022). Pengaruh social media marketing, product quality, dan store atmosphere terhadap purchase intention dengan brand image sebagai variabel mediasi pada coffee shop di Aceh. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4484–4497.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1710>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,CV.

Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.Bandung.

Sugiyono. (2022b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,CV.

Suhatman, et al. (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.

Tanuli, M. G. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Generasi Z. *Performa*, 4(5), 688–699.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1688>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Andi. Yogyakarta.

Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado) Influence of Promotions and Customer Testimonials on Consumer Purchase Interests of Samsung Hp in the Facebo. *Jurnal EMBA: Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1110–1120.

Trends.Google.com. (2023). *Minat sering waktu Aerostreet, Patrobass dan Kompas*.
<https://trends.google.com/trends/explore?date=now&d&geo=ID&q=aerostreet,compass,patrobass&hl=id> 1

- Uwera, J. (2022). Product Design and Its Impact on Consumer Purchase Intention. Case Study of TBL, Azam, Coca-Cola, MeTL and Tanga Fresh Milk in Tanzania. *African Journal of Economics*, 1. <https://doi.org/10.15804/ajepss.2022.1.15>
- Wulandari, A. F., Andrian, & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela Pada Generasi Z Di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina.*, 2(9), 2429–2439.
- Zamhari Deara Shinta Lestari, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Di Kota Pangkalpinang. *Jipmb), Stie-Ibek*, 8(1), 17–24. www.stie-ibek.ac.id
- _____, 2021, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, FEB UMK, Kudus
- <https://www.instagram.com/aerostreet?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2023