

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structuralequation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103-150.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z, J, H. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA*, 5(3).
- Afandi, W. B., Hinggo, H. T., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Yongki Komaladi di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Ananda, R. R., & Siregar, M. E. S. (2022). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk Sepatu Nike. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3), 823-837.
- Anggelina N.W.D.R dan Ni Made Rastini. 2019. Peran Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanPelanggan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 8 (8), 401-505.
- Apriani, D., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Sepatu Lokal di Kota Sukabumi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1),726-741.
- Ardhianshah, R., & Susetyorini. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Eiger Adventure store Gresik. *JEK- Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2).
- Arif, D., Febrianto, M, E., & Gatot, M. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Specs. *Jurnal Ecopreneur, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 4(1).
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Daga., R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: *Global Research And Consulting Institute*.
- Deccasari, D. D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Sepatu Merek Sketchers). *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 67-82.

- Delgado-Ballester, E., Navarro, A., Sicilia, M. (2019). *Revitalising Brands Through Communication Messages: The Role of Brand Familiarity. European Journal of Marketing*, 46(1), 31–51.
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5).
- Durmaz, Y., Cavusoglu, S., & Ozer, O. (2018). *The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i5/4140>
- Eramus, S. (2022). *Determinants of Brand Loyalty of Sports Footwear Brands in South Afrika. Expect Journal of Marketing*, Vol.10.
- Febriani, E, Maizul. R dan Khairil.A. 2022. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Multidisiplin*. Vol.4(4), 333-343.
- Feizal, D., & Rahmawati, N. I. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9),1689–1699.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fern, S. (2020). *Brand Loyalty On Sport Shoes: A Study Of Nike. International Journal of Accounting, Finance and Bussiness*. Vol. 5.
- Firdaus, M. F., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh *brand equity* dan *brand trust* terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. Ulil Albab: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 1154-1160.
- Ghozali, I. (2019). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidar, Z. D. F., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Merek Converse Di Kota Cirebon. *e-Proceeding of Management*, 10(4), 2455.

- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Edisi Pertama. Cirebon: Insania.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta Timur : Percetakan PT.Luxima Metro Media, Cetakan 1, pp. 9.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jilid 2. Prenhalindo. Jakarta.
- Lestari, R. W., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Madjowa I.S, Levyda, dan Syahfirin A. 2023. Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Loyalitas Pelayanan Melalui Variabel Moderasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol.6(1), 184-193.
- Mauliddina, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Merek dalam Proses Membangun Merek Sepatu Lokal. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4), 177-190.
- Miranda T.& Imanuddin H. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sepatu Bata Indonesia. *Jurnal Manajemen*. Vol.8(6):8664.
- Mirza, A., Imam, S., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44(1).
- Mukarrohmah.D.S & Chusnul R. 2019. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2(1):28-29.

- Nehemia, C., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Sepatu Ventela terhadap Loyalitas Konsumen. *Kiwari*, 1(4).
- Nur, A. M., Bahri, S., & Nirwan, N. (2020). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Sepatu Futsal Merek Specs Di Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(3), 195-203.
- Nurhayati. Siti. 2020. Pengaruh Brand Trust, Brand Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 7(2), 188-198.
- Nurkariani. Ni Luh. 2022. Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Artha Satya Dharma*. Vol. 15(1), 27-32.
- Putra, A, Z., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Converse. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 930-941.
- Putra. Rio. 2021. Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek dan Presepsi Harga. *Jurnal EkonomiManajemen Sistem Informasi*. Vol.2(4), 516-524.
- Pramesti. Maulidia Adinda dan Uswatun Chasanah. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*. Vol.14 (2), 281-287.
- Ramadhan A.R dan Lisa. S. 2022. Pengaruh Kualitas, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Sepatu Converse di Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.5(2): 555.
- Ramadhan, A. R., & Sulistyawati, L. (2020) Pengaruh Kualitas, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Sepatu Converse di Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & business*, 5(2), 553-562.
- Rauf. Abdul. 2022. Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Comperative Ekonomi Dan Bisnis*. Vol.4 (2):32-41.
- Redo, F., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepatu futsal. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(2), 69-78.
- Refinia, A., & Yulianti. (2020). Hubungan *Brand Image* dan *Brand Trust* dengan Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Vans. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2).
- Riandini.R & Herlina, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Vans,

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , 5(1), 202-211.

- Rianto, C. R., & Widayanto, W. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 9(2), 175-182.
- Rizal, A. S., Telagawathi, N. L. W. S., Yulianthini, N. N., & Putra, K. E. S. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Nikedi Singaraja Futsal. *Jurnal Prospek*, 1(2).
- Ruixia, et al. (2019) *The Moderating Effect of Generational Cohorts on Brand Loyalty in the Malaysian Footwer Industry* San, N. E. E., & Ary.
- Upong, M. (2020). *Effects of Sales Promotional Tools on Product Quality, Brand Image , and Customer Satisfaction*. *Business Review*, 12(1).
- Saridewi. D.O dan Rustadi Hidayat Nugroho.2022. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*. Vol.4(6), 1722-1738.
- Setyawan , T. B., & Setiawan, M. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan serta dampaknya Pada Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Kota Semarang).
- Management and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5351-5360.
- Setyawati.R. E, Muinah Fadhilah, Ambar. L. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 7 (3), 502-514.
- Silva, D. (2020). *The Impact of Brand Loyalty on Customer Purchase Intention: An Empirical Study on Basketball Shoe Brand of Adidas, Nike and Puma*. *Juornal of Physical Education and Sports Management*, 7(2).
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P.
- K. (2020). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Soon, et al. (2021). *Value to Enhance Customer Loyalty: A Case of a Sporting Goods Company in Korean Athletic Shoe market*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Alfabeta).
- Sumantika, A., & Joko P. (2023). Harga, Citra Merek dan kualitas produk Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Compass di Daerah Istimewa Yogyakarta. *The Journal of Business and Management*, 6(2).
- Suwardi dan Ravika. B. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol.1(5):19-28.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta:ANDI.
- Widianto, H. A. S., Wulandari, A., & Nurendah, G., (2022). Pengaruh *Brand Trust* Sepatu Panjat Tebing La Sportiva terhadap *Customer Loyalty* pada Atlet di Jawa Barat. *Jurnal Psikologi Insight*, 6(1), 57-70.
- Yuliana, D. T., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk Dan Fanatisme Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Casual Adidas Pada Gen-Z di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(2).
- Pedoman Penyusunan Skripsi. 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus. Kudus, 1-58.
- <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> di akses pada 20 Agustus 2023.
<https://lifestyle.pinhome.id> di akses pada 20 Desember 2023.
<https://databoks.katadata.co.id> di akses pada 22 Desember 2023.
- <https://nutrack.asia/news/shoes-are-the-number-one-most-counterfeited-product> di akses pada 20 Februari 2024.
- <https://www.liputan6.com/amp/5401196/sepatu-adidas-terbaru-tuai-kontroversi-dibanderol-rp7-jutaan-tapi-hanya-bisa-dipakai-sekali> diakses pada 20 Februari 2024.
- <https://kumparan.com/berita-bisnis/cara-scan-barcode-sepatu-adidas-untuk-cek-keaslian-produk-dengan-mudah-201a1nCPITH> diakses pada 20 Februari 2024.
- <https://perpusteknik.com/analisis-swot-produk-sepatu-adidas/> di akses pada 20 Februari 2024.