

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M. (1997). *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahterah.
- Abdullah, I. Z. (2021). Kisah Nabi Musa Dengan abdu Dalam Al-Quran Menurut Kitab Tafsir Ibnu Katsir. *Jurnal Studi Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 3(1), 35-42.
- Akhmad, H., & dkk. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2).
- Alva, R., & dkk. (2017). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3), 4586-4587.
- Arifin, Z. (2014). Yang Diharamkan Dari Babi, QS Al-Baqarah/2:173. Al-Kaffah. *Jurnal Kajian Nilai-Nilai Keislaman*, 2(1), 27-43.
- Armstrong, & Kotler. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Grammedia.
- Bastio, B. S., & Jamiat SE.MM., N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa Bandung. 7(2), 6241.
- Dwi putri, O. S., & Samboro, J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Diploma IV Manajemen Pemasaran Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021). 7(1), 229-232.
- Evelina, N., Handoyo, D., & Sari, L. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. *Journal of Social and Politic*, 1-11.
- Firman, K., & dkk. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber merek Asus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1).
- Ganim, S. N., Nobelson, & Pusporini. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok. 2, 496 - 510.

- Ibn Manzhur, L. A. (n.d.). Darul Fikri, 1386 H.
- IDXChannel. (2021). Raup Laba Bersih USD1,87 Miliar, Nike Justru Hadapi Masalah Rantai Pasokan.
- Ike, V., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 45-46.
- Izzani, T. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus Di Giant Pasar Minggu). *1*(2), 150-157.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Listyorini, S. (2012). Faktor Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Rumah Sehat Sederhana (Studi Pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas Pt. Ajisaka Di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 12-24.
- Mowen, J. C. (2010). *The Role Of Schemas In Consumer Behavior Research*. *Wiley Internasional Encyclopedia Of Marketing*.
- Muh., I. M. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix*, 5(1).
- Muhammad, A. (2004). *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. BPFE-Yogyakarta.
- Muhammad, A. B. (2020). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*.
- Nadhril, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Nusadi, A. (2007). *Majalah As-Sunnah: Upaya Menghidupkan Sunnah*. Surakarta: Yayasan Lajnah Istiqomah Surakarta.

- Qardhawi, Y. (1997). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin Dan Dahlia Husin. *Cet. III (Jakarta: Gema Insani Press, 2012)*.
- Rani Yulianti, N. D. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonal's. 5(1).
- Republika. (2020). Sejarah Sepatu Converse, Sepatu Ternyaman di Dunia Sejak 1908.
- RI, K. A. (2011). *Quran Dan Tafsirnya Jilid I*. Jakarta: Widya Cahya.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. 8(3), 1026-1037.
- Saladin. (2009). *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*. Bandung.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. 8(1), 92-103.
- Siddiqi, M. N. (2014). Islamic Economics: Where Form Where To? *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 362(3389), 1-12.
- Silvy L., M. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1).
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulum, F., Widarko, A., & Widarko, M. (2020). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unsima). 102-112.
- Wardi, A. (2014). *Pengantar dan Asas Hukum Pidana Islam: Fikih Jinayah*. Sinar Grafika.
- Wullur, M. P., & Djawoto. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa Stiesia). 9(1).

Website:

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Diakses 23 November 2021

<https://www.idxchannel.com/market-news/raup-laba-bersih-usd187-miliar-nike-justru-hadapi-masalah-rantai-pasokan>

Diakses 25 Desember 2021

<https://www.republika.co.id/berita/qcvuxa8517000/sejarah-sepatu-converse-sepatu-ternyaman-di-dunia-sejak-1908>

Diakses 25 Desember 2021