

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA*, Vol 5 No. 2: 1-9.
- Adiwiwijaja, M., Gunadi, F., & Subagio, H. (2017). Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap *Brand Loyalty* dan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business and Management Review*, Vol 3 No. 2.
- Agus, Tri., & Arjuna, Wiwaha. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Goodtea di Gajah Mada Plaza. *E-Journal Widya Ekonomika*, Vol 2 No. 1: 26-32.
- Alfatihah, Aynaya. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Ayam *O'Chicken* Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. <https://repository.uin-suska.ac.id/29706/>
- Amalia, Aisyah. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 1 No. 3: 297-306.
- Amilia, Suri., & Nst, M, Oloan Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 6 No. 1: 660-669.
- Andespa, Roni. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 2 No. 1: 43-57.
- Aqbari, Ilham, Al. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Distro Stash Bandung). <http://repository.unpas.ac.id/45481/>
- Ariska, Winda, Nurul., & Hadiyati, Rini. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Balindo Cabang Luwuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, Vol 2 No. 1: 96-111.
- Astuti, Yulina., Zulkarnain, Muhammad., & Mukarramah. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasuke Cikarasa Langsa. *Jurnal Investasi Islam*, Vol 4 No. 2: 141-152.
- Athar, Handry, Sudiartha. (2020). *The Effect of Brand Image, Price and Promotion on The Decision To Stay at Cadaka Hotel – Central Java*. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, Vol 14 No. 12: 3603-3612.

- Batu, Reminta, Lumban. (2019). Analisis Komparatif Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepatu *Sport* Adidas dan Nike di Kabupaten Karawang . *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 4 No. 1: 20-40*.
- Bulan, Tengku, Putri, Lindung., Rizal, Muhammad., & Akbar, Wahyu. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorser dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat. *Jurnal Manajemen Inovasi, Vol 10 No. 2: 88-97*.
- Candra, Rieo. Pengaruh *Internet Marketing* Dalam Pembentukan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. <http://repository.radenintan.ac.id/3212/>
- Ende., & Kusuma, Jaka, Wijaya. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Merek Xiaomi. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 9 No. 2: 180-197*.
- Fatimah., Mardani, Ronny, Malavia., & Wahono, Budi. (2019). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Vol 8 No. 15: 51-69*.
- Gufron, Muhammad., & Wahyuni Dewi Urip. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Diesel Jiang Dong (JD) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 8 No. 8: 1-17*.
- Hanaysha, Jalal, Rajeh. (2017). *An Examination of Marketing Mix Elements and Customer Retention in Malaysian Retail Market. American Journal of Marketing Research, Vol 3 No. 1: 1-7*.
- Hartono, Bambang, Dwi., Khambali, Achmad., & Nugroho, Rosalendo, Eddy. (2018). *Customer Loyalty in Chemical Cosmetics: Analysis of Product Differentiation, Service Differentiation, and Price Perception. Asian Journal of Management Sciences & Education, Vol 7 No. 4: 94-108*.
- Intan, Gabriela, Nur., et al. (2021). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Pada Produk Adidas di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 34 No. 1: 174-183*.
- Kayawati, Lilis., & Kurnia, Esa. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management, Vol 3 No. 3: 39-49*.
- Kotambunan, William, Imanuel., Lopian, Joyce., & Samadi, Reitty L. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Perilaku *Word of Mouth*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol 9 No. 1: 61-69*.

- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & YAU, O. (2008). *Principles of Marketing: An global perspective*.
- Kurnia, Muhammad, Rifai., Djumali., & Istiqomah. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol 24 No. 1: 33-42.
- Madevi, F., Yulianto, E., & Bafadhal, AS. (2017). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli (Survei Online Pada Pengikut Akun Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Marlius, Doni. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, Vol 01 No. 01: 57-66.
- Muslihah, Fasihatul. Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Dalam Pandangan Islam. <http://repository.radenintan.ac.id>
- Mustika, F. A., Darmawan, A. D., & Sutrisno, S. (2018). Metode Electre Pada Bauran Pemasaran (7P) Dalam Memulai Usaha Jasa. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, Vol 09 No. 1: 23-28.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (*Marketing Mix*) Perspektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 6 No. 2: 141-157.
- Noviyanto, Itok., & Basri Har Adi. (2019). *Analysis of The Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions on The Trans Park Cibubur Apartment. International Journal of Innovative Science and Research Technology*, Vol 4 No. 9: 295-302.
- Othman, Bestoon, Abdulmaged., et al. (2019). *The Influence of Service Marketing Mix on Customer Loyalty Towards Umrah Travel Agents: Evidence From Malaysian. Management Science Letters*, Vol 9 No. 6: 865-876.
- Pane, Dewi, Nurmasari. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, Vol 9 No. 1: 13-25.
- Pradana, Dedhy., Hidayah, Syarifah., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas dan Citra Merek *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *KINERJA*, Vol 14 No. 1: 16-23.
- Purwati, Astri, Ayu., Kristanto, Calvin., & Suhermin. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Diferensiasi Produk, dan Strategi Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Di Pekanbaru (Studi

- Kasus Pada Agung Toyota Harapan Raya). *Procuratio Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 7 No. 3: 286-296.*
- Putra, Ridwansyah. Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Nasabah KPR BTN Syariah Malang). <http://etheses.uin-malang.ac.id/18874/>
- Rahman, Md Adnan., et al. (2020). *Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. Journal of Xi'an University of Architecture & Technology, Vol 12 No. 3: 4935-4946.*
- Ratela, Gerry, Doni., & Taroreh, Rita. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi *Coffee Island. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol 4 No. 1: 460-471.*
- Repiannur., Rachma, N., & ABS, M, Khoirul. (2020). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Hypermart Giant Jl.Mt.Haryono No.146 Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Vol 9 No. 3: 29-47.*
- Sangadji, S., Suhardi, S., & Ali, C. P. M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa Pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 13 No. 2: 142-157.*
- Sejati, Bayu, Sutrisna, Aria. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 5 No. 3: 1-19.*
- Suratman, Wilopo., & Sunarti. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 57 No. 2: 12-20.*
- Susanti, Noevie., Halin, Hamid., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, Vol 8 No. 1: 43-49.*
- Tintara, I. D. G. W., & Respati, N. N. (2020). *The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiation on Competitive Advantage. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), Vol 4 No.12: 316-321.*

- Tomida, Merinda., & Satrio, Budhi. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Footwear* Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5 No. 7: 1-15.
- Utami, Arum, Puspa. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket KOPMA Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 5 No. 6: 469-476.
- Yulistiara, Erika. Pengaruh *Brand* Scarlett, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Era *New Normal*. <http://repository.radenintan.ac.id/15903/>
- Website Adidas. (2022). *About Us*. <https://www.adidas-group.com/en/about/profile/> Diakses pada Tanggal 14 Januari 2022.
- Website Covid19.co.id. (2021). *Pasien Sembuh Terus Meningkat*. <https://covid19.go.id/p/berita/pasien-sembuh-terus-meningkat-menjadi-1792528-orang> Diakses pada Tanggal 11 Desember 2021.
- Website Databoks.katadata.co.id. (2020). *Merek Fesyen Olahraga dengan Pendapatan Terbesar di 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/09/nike-merek-fesyen-olahraga-dengan-pendapatan-terbesar-di-2020> Diakses pada tanggal 27 Januari 2022.
- Website Katadata.co.id. (2020). *Pandemi Membuat Kesadaran Pola Hidup Sehat*. <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5f5b532185fa5/pandemi-membuat-kesadaran-pola-hidup-sehat-meningkat> Diakses pada Tanggal 11 Desember 2021.
- Website Pabryk.com. (2021). *Keadaan Industri Alas Kaki Indonesia*. <https://pabryk.com/blog/keadaan-industri-alas-kaki-indonesia> Diakses pada Tanggal 13 Desember 2021.
- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat Al-Baqarah*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/148> Diakses pada 23 Januari 2022.
- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat Al-Imran*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/159> Diakses pada 23 Januari 2022.
- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat Al-Maidah*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/5/100> Diakses pada 23 Januari 2022.
- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat Al-Qalam*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/68/4> Diakses pada 23 Januari 2022.
- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat An-Nahl*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/16/114> Diakses pada 23 Januari 2022.

- Website Quran.kemenag.go.id. (2022). *Surat Ash-Shu'ara*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/26/183> Diakses pada 23 Januari 2022.
- Website Sneakers.co.id. (2017). *Sejarah Merek Sepatu Adidas*. <https://www.sneakers.co.id/sejarah-merek-sepatu-adidas/> Diakses pada Tanggal 14 Januari 2022.
- Wibawa, Komang, Agus, Ardi, Ari., Kirya, I, Ketut., & Suwendra, I, Wayan. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Manajemen Indonesia, Vol 4 No. 1*.
- Widyastuti, Pristiana. (2018). Kualitas dan Harga Sebagai Variabel Terpenting Pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 2 No. 1: 17-28*.
- Wijaya, Revaldo, Sandi., & Fuadati, Siti, Rokhmi. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Legas Pada Outlet. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6 No. 11*.