

DAFTAR PUSTAKA

- Adidas. (2021, October 3). Tentang Produk Adidas. Adidas. <https://www.adidas.co.id/about-adidas-products>
- Adidas Group. (2023, March 13). Pendapatan Adidas Pada Level Tahun Sebelumnya Pada Tahun 2023. Adidas. <https://report.adidas-group.com/2023/en/group-management-report-financial-review/business-performance/income-statement.html>
- Ajib Syharian Noor. (2018, June 29). Riwayat Dan Transformasi Logo Adidas. Mainbasket.Com. <https://www.mainbasket.com/R/2789/Riwayat-Dan-Transformasi-Logo-Adidas>
- Aji, M., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang) Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Platform Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Almayani Nisa, & Fernandy Gracia. (2023). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan *Online Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee.
- Amar Zuhdi, Et Al. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Online Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14761>
- Andriani, A. D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. In *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi* (Vol. 7, Issue 1).

- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Viral Marketing Shopee Affiliate*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo).
- Apjii. (2024, February 7). Apjii Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ariyani, H., Widiawati, A., & Asbara, N. W. (2023). Pengaruh *Brand Awareness Dan Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia. <https://E-Jurnal.Nobel.Ac.Id/Index.Php/Manuver>
- Arumsari, A., & Nursari, F. (2024). Peluang Pengembangan Produk Ramah Lingkungan Pada Industri Fashion Di Indonesia. In *Online) Senada* (Vol. 7). [Http://Senada.Idbbali.Ac.Id](http://Senada.Idbbali.Ac.Id)
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen. 6(3), 2022.
- Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Brand Image Abd Rohim, P., & Asnawi, N. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Awareness On Purchase Decisions Moderated By Brand Image (Case Study On Shopee Users In Lowokwaru District, Malang City)Id 2 *Corresponding Author. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Calvin, N., & Keni. (2023). *Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk E-Commerce*.
- Damayanti, Y. (2019). Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media Yosinta Damayanti.
- David Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kofieboy. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498.

- Elian Tania, A., Lokasi Dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Erwin Permana, Dela Setia Cahyani, Famita Wijayanti, & Syamsurizal Syamsurizal. (2024). Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 1(2), 337–355. <https://doi.org/10.61132/Jieap.V1i2.312>
- Fajar Sodik, M., Welsa, H., Dwi Cahyani, P., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2024). Pengaruh Electronic-Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Dan Buying Interest Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Adidas Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13(05).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Desertasi Ilmu Manajemen* (5th Ed.). Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2014.
- Firmansyah Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. 336.
- Fitria, U., & Fakaubun, K. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilang Irwan. (2023, October 5). Sejarah Adidas: Pelopor Kerjasama Dengan Pelaku Musik Hiphop. *Glngirwn.Com*. <https://www.glngirwn.com/>
- Goodstats.Id. (2023, October 16). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. Goodstats. <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-avg5>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review Dan Content Marketing Dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1059>

- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh *Pembayaran Cod (Cash On Delivery)* Terhadap Minat Beli Pada *E-Commerce* Shopee (Vol. 2, Issue 1).
- Ibnu Sidik, M., & Marzuki, F. (2021). Analisis Minat Beli Sepatu Sneakers Merek Adidas (Vol. 2).
- Irwansyah Rudi, Setiorini Amanda, & Listya Khanti. (2021). *Perilaku Konsumen*. 4.
- J Mp Pk, S. P., Cinta Endy Annora Manajemen, G., Ekonomi Dan Bisnis, F., Brawijaya, U., & Sri Palupi Prabandari, I. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Sebagai Variabel Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Kamisa, N. ', Devita P, A., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Shopee Di Bandar Lampung). In *Jeb. Journal Of Economic And Business Research* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/jeb>
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2021). *Marketing Management : An Asian Perspective*. Pearson Education Limited.
- Kotler Phillip, & Armstrong Gary. (2019). *Principles Of Marketing*. 736.
- Kristinawati, A. (2020). Pengaruh *Brand Image, Perceived Quality Dan Ewom* Terhadap *Purchase Intention* Mobil Di Jakarta.
- Kusmayadi Rachmat, A., Amanda, D., Tri Astuti, M., Zibran Haykal Ramadhan, M., Sarah Sabrina, N., Trisna Yanti, N., Lestari Hasibuan, P., & Sikki, N. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Brand Skintific Pada Mahasiswi Pascasarjana Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung Angkatan 2024/2025. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 9(1), 347–358. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1762>

- Lutfy Setia Wahyudi Haqiqi Ali, & Cuandra, F. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Brand Fashion Erigo Apparel Dimediasi Brand Image. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 292–304. <https://doi.org/10.36985/Ekuilnomi.V5i2.791>
- Mar'atush Sholihah, Yoga Aditiya, N., Saphira Evani, E., & Maghfiroh, S. (2023). *Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda*.
- Mayasari, A. K., & Swarnawati, A. (2024). Pengaruh *Brand Awareness Dan Brand Positioning* Terhadap Minat Beli Tehman (Survei Pada Followers Instagram @Tehman.Tea).
- Melan Rosmayanti. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal On Education*, 05(03).
- Miftahul Janna, N. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss*.
- Nurfauziah, S., & Herawati, S. (2024). Pengaruh *Online Customer Review Dan Customer Rating* Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Tokopedia Di Kota Cimahi (Vol. 6, Issue 3). <https://journalpedia.com/1/index.php/jmd>
- Nurul Ulfaida, I., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Store Rating On Interest In Purchasing Whitelab Products In Tokopedia Marketplace In Generation Y Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal. *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 83–89. <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i1.739>
- Pereira, D. (2023, June 21). *Adidas Mission And Vision Statement*. The Business Model Analyst. <https://businessmodelanalyst.com/adidas-mission-and-vision-statement/>

Prasetyo (Universitas Nasional Pasim), B. (2021). Kepuasan Konsumen Di Industri Suvenir Dalam Perspektif E-Commerce Dan Kualitas Layanan. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(1), 10–18. <https://doi.org/10.30988/Jmil.V5i1.467>

Prasetyo, B., Alparis, S., Made, I., & Mertha Adnyana, D. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>

Raden Putri Alpadillah Ginanjar. (2024, September 30). Jejak Persaingan Shopee Dengan Tokopedia, Siapa Penguasa Pasar E-Commerce Ri Saat Ini? Tempo.Co.

R. Aj. Ep. Apriliani. (2019). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Equity* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo).

Ramadayanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *Jsmb* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>

Riska Anggraini, T. (2022). Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Pengaruh Gaya Hidup Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). <https://doi.org/10.25273/the>

Roisah, R., & Dianita, W. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Shopping Enjoyment Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Jasa*, 5(1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsj>

Sugiharto. (2022, December 30). *Memfaatkan E-Commerce Dengan Benar*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/memanfaatkan-e-commerce-dengan-benar.html>

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (4th Ed., Vol. 1). Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, W., & Utami, L. (2023). *The Book Guide Of Spss* (A. Sekar, Ed.; 1st Ed., Vol. 1). Anak Hebat Indonesia.
- Tasya Putri Nuria, Eka Jumarni Fithri, & Anggeraini Oktarida. (2023). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Atas Penjualan Tunai Pada Cv. 99 Jaya. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 231–243. <https://doi.org/10.55606/Jekombis.V2i4.2589>
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi Dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). <https://doi.org/10.38035/Jmpd.V2i3>
- Tryning Rahayu Setya W. (2024). *Profil Adidas*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/adidas>
- Valentino Pentury, L., Sugianto, M., Remiasa, M., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.9744/Jmp.5.1.26-36>
- Vega Prahasiwi, R., & Aziz, F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warkop Brewok Madiun (The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Consumer Buying Interest In Warkop Brewok Madiun). In *Agustus* (Vol. 10, Issue 4).
- Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). Service Quality And Brand Reputation As Antecedents Of Brand Choice: The Case Of Ride-Hailing Applications In Southeast Asia. *Journal Of Eastern European And Central Asian Research*, 10(3), 387–400. <https://doi.org/10.15549/Jecar.V10i3.1033>
- Wardhana, A., Pradana, M., & Shafira, D. (2023). The Influence Of Product Quality And Brand Image On Purchase Interest Of Bottled Drink Section A-Research Paper The Influence Of Product Quality And Brand Image On Purchase Interes... The Influence Of Product Quality And Brand Image On Purchase Interest Of Bottled Drink Section A-Research Paper The Influence Of Product

Quality And Brand Image On Purchase Interest Of Bottled Drink. *Chem. Bull*, 2023(S3), 58–64. <https://doi.org/10.31838/Ecb/2023.12.S3.008>

Wayan Widana, I., & Putu Lia Muliani, Mp. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*.

Wiharto Suntoro, & Yunita Budi Rahayu Silintowe. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25–41.