

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode PENELITIAN PENDIDIKAN (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)*. ALFABETA.
- Afifah, S. N., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Executive. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Arifta, M, N, Z., & Aulia, P. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY. *eProceedings of Management*.
- Bastian, A., Sugito., Wau, K, H., Wahyuningsih, N., & Sirait, S, L. (2019). *THE INFLUENCE OF ADVERTISING STARS, BRAND IMAGE, AND BRAND AWARENESS ON THE INTENTION TO BUY HONDA VARIO MOTORCYCLES IN PASURUAN*. *Jurnal Sinergi* Vol 9(1).
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). *The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Brand Trust On Brand Loyalty*. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412-426.
- Del Piero, A., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Perception To Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Dwisuardinata, I. B. N., & Lestari, N. P. N. E. (2021). Pengaruh Selebgram Credibility, Online Atmosphere, Dan Product Assortment Terhadap Minat Beli Generasi Pria Milenial Denpasar Pada Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 1078-1095.

- Fedriana, A., & Jumhur, H. M. (2022). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Sepatu Compass Pada Generasi Milenial Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 9(5).
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Hutahaean, K. I. (2022). Pengaruh Iklan Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada (Studi Kasus pada Konsumen Lazada di Kota Medan).
- Widianingtyas, H. (2019). *Antrean Rilisn Sepatu Compass x Darahkubiru yang Berakhir Ricuh*. Kumparan. Diakses 2 Januari, 2023, dari <https://kumparan.com/millennial/antrean-rilisn-sepatu-compass-x-darahkubiru-yang-berakhir-ricuh>
- Widianingtyas, H. (2020). *Sepatu Compass untuk Darahkubiru Ludes dalam 15 Menit*. Kumparan. Diakses 2 Januari, 2023, dari <https://kumparan.com/millennial/sepatu-compass-untuk-darahkubiru-ludes-dalam-15-menit>
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, S., & Qomariah, N. (2022). *The Effect Of Brand Image And Product Attributes On Customer Satisfaction And Customer Loyalty*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457-466.
- Indra, I. G. N. B. H., Setiadi, M., & Ekawati, N. W. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Denpasar. *E–Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall, Inc.

- Kurnia, T., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Media Sosial Instagram. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Lisa, A. (2020). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK (BRAND IMAGE), DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO DI KALANGAN MAHASISWA FEBI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). STRATEGI CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP MINAT MELANJUTKAN SEKOLAH. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66-76.
- Musfirah. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP E-SATISFACTION PELANGGAN GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar). (Doctoral dissertation Universitas Muhammadiyah Makassar).
- Musfiroh, I. (2019). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Ningsih, S., & Pradanawati, S, L. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Promosi Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Toko Gea Geo). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3).
- Octafiany, D. N., & Nurfebiaraning, S. (2021). Pengaruh Content Marketing Di Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumen Dalam Pembelian Produk Sepatu Compass. *eProceedings of Management*, 8(6).

- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.
- Rani, F. D., & Madiawati, P. N. (2022). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, BRAND IMAGE DAN BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ICONNET DI BANDUNG. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(2), 300-311.
- Restu, S. (2017). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK ASURANSI SYARIAH (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Kantor Cabang Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Rivaldi, M. A., & Wardhana, A. (2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Rohmanuddin, R., & Suprayogo, H. A. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA BISNIS RITEL PAKAIAN “STING” CABANG KEDOYA GREEN GARDEN). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78-89.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Yogyakarta: Deepublish.

- Senly, A. (2017). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Mitsubishi Colt Diesel pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone* (Doctoral dissertation, FE).
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021, September). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” di Kota Tangerang. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 1070-1079).
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23-36.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419-435.
- Syam, A. N. D. M., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Veza, O., & Hernuning, N. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Online Shop Gic. *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, 4(01), 37-44.
- YUSDITARA, W., DAMANIK, H. M., PURBA, M. L., & SAMOSIR, H. E. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU LOKAL MEREK COMPASS. *JURNAL ILMIAH SIMANTEK*, 6(2), 27-32.
- Zia, K., Rafidah, R., & Kurniawan, B. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).