

DAFTAR PUTSAKA

- Adi Prayogo, e. a. (2022). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsume. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(4).
- Ai Netty Sumidartin, e. a. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Maybelline New York (Survei Pada Star Department Store Summarecon Mall Bekasi). *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 3(1).
- Andira, N. A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).
- Andrian Wahyu Laksono & Dr. Nanang Suryadi, S. M. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PELANGGAN GEPREK BENSU DI KOTA MALANG. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).
- Annisa Nuraini, e. a. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KALANGAN PEMUDA YOGYAKARTA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1).
- Annur, C. M. (2023, February 27). *Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juaranya!* Retrieved from Databooks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>
- Aprilia Dewi Ratnasari, e. a. (2022). Pengaruh Karakteristik Produk dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying pada Generasi Z (Studi pada Pengguna Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3).
- Aprilia Dewi Ratnasari, e. a. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI Z (Studi Pada Pengguna Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3).
- Azam Fajrul Faizy, e. a. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Vivo di Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1).

- Bambang Somantri, e. a. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *CAKRAWALA*, 3(1).
- Dewi, I. A. (2022). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOOSI COFFEE DI BERAWA BADUNG BALI. *JURNAL ECONOMINA*, 1(3).
- Diantari, N. K. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1.
- Dotulong, G. C. (2022). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VENTELA (VENTELA SHOES) STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULAS EKONOMI UNSRAT ANGKATAN 2018. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1).
- Dotulong, G. C. (2022). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VENTELA (VENTELA SHOES) STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULAS EKONOMI UNSRAT ANGKATAN 2018. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1).
- Erick Hartawan, e. a. (2021). PENGARUH IKLAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA E-COMMERCE. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 8(1).
- Fachry, R. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KARAWANG DI RAMAYANA MALL, KARAWANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
- Faramitha, T. H. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI NEO KOMUNIKA). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1).
- Farhan Saputra, e. a. (2023). Pengaruh User Interfacedan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1).

- Ferika Dwiyantri, e. a. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Gresik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22).
- Fitri, F. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN*, 2(3).
- Hanandewa, R. M. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PENGGUNA PRODUK ORIFLAME DI WILAYAH RW 08 KELURAHAN KELAPA DUA JAKARTA BARAT. *Jurnal Manajemen Bisnis Almatama*, 1(2).
- Hardita Ariyani, e. a. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS NOBEL INDONESIA. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 1(3).
- Harti, C. L. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, CITRA MEREK DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 12(2).
- Hasbi, M. R. (2020). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI AMDK ADES Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1).
- Irmayanti, D. S. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *JURNAL INSPIRASI BISNIS & MANAJEMEN*, 3(1).
- Kamila, A. D. (2022). Implementasi Strategi Public Relations Lazada Indonesia Dalam Membangun Brand Trust Terhadap Seller Dan Konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4).
- Kasman Pandiangan, e. a. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4).

- Koyansow Tasya Jovanka Baguna, e. a. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, STORE ATMOSPHERE, DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS A51 COFFEE SHOPS MANADO). *Jurnal Riset Ekonomi ,Manajemen, Bisnis dan Akutansi, 11(1)*.
- Kuncoro, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen, 8(1)*.
- Lubis, A. H. (2019). PENGGUNAAN METODE STEPWISE PADA PEMODELAN PERENCANAAN TRACK QUALITY INDEX (TQI)UNTUK KERETA API SEMICEPAT INDONESIA. *Journal of Mathematics Education, Science and Technology, 4(1)*.
- M.Fajarudin Isnani & Rd.Nurafni Rubiyanti, S. M. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI TIKET.COM DI JAWA BARAT. *e-Proceeding of Management, 8(1)*.
- Maimun Ahmad, e. a. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, 10(1)*.
- Mubarok, N. F. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN. *Jurnal Riset Manajemen, 8(1)*.
- Murjiati, W. (2021). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Journal of Islamic Management and Business, 4(1)*.
- Nazjar Sakinah, e. a. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial, 1*.
- Nugroho, J. G. (2020, October 24). *Persaingan Adidas dan Nike, Siapa yang Lebih Unggul?* Retrieved from kompas.com: https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/24/142005065/persaingan-adidas-dan-nike-siapa-yang-lebih-unggul?page=all#google_vignette
- Nugroho, M. F. (2019). *Pengembangan Desain Sepatu Sneakers Yang Disesuaikan Dengan Kebutuhan Konsumen Dan Trend Saat Ini*. Surabaya: STIKOM.
- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, 7(2)*.

- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(6).
- Prayoga, H. I. (2021). *Tren Gaya Busana Vintage pada Thrift Shop Online dalam Fotografi Komersial*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Romansyah Sahabuddin, e. a. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis JIMBI*, 4(2).
- Sanjaya, A. S. (2020). PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI CLIMATETHIRTY. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(4).
- Santosa, L. W. (2023, October 16). *Ini perbedaan Milenial dan Gen Z soal fesyen*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/3775332/ini-perbedaan-milenial-dan-gen-z-soal-fesyen>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1).
- Siaputra, H. (2020). BAGAIMANA KEAMANAN PANGAN, KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2).
- Silintowe, W. S. (2020). ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK. *MODUS*, 32(1).
- Sonia Kusumastuti, e. a. (2022). Keputusan pembelian ditinjau dari brand trust, brand awareness dan word of mouth. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(3).
- Specs Indonesia. (n.d.). *SEJARAH SINGKAT SPECS*. Retrieved June 13, 2024, from specs.id: <https://www.specs.id/about-us>
- Sunday Ade Sitorus, M. S. (2022). *BRAND MARKETING: The Art of Branding*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

- Susanti, V. E. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA MEREK, KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI TIKET PADA SITUS TRAVELOKA. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1).
- Susilo, N. C. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI DI TOKOPEDIA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS SURAPATI). *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(2).
- Syah, E. D. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2).
- Utari Nur Sania, e. a. (2022). APAKAH BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE BERPENGARUH TERHADAP BRAND EQUITY. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 22(1).
- Wadi, M. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6(1).
- Widiharsanti, V. Y. (2022). *Mandala pada Busana Vintage*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Wijayanto, A. A. (2021). PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE BUKALAPAK (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Wiranata, C. (2023, September 7). *Apa Itu Sneakers? Ini Pengertian, Sejarah, dan Jenisnya*. Retrieved from wellenproject.com: <https://wellenproject.com/apa-itu-sneakers/>
- Yosepha, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 1(1).
- Yulianthini, I. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1).

Yulianthini, P. A. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe di Singaraja. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 5(2).

Zufar Rafif Effendi, e. a. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1).