

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., Purwaamijaya, B. M., & Ridlo, M. D. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Purchase Intention Sepatu Adidas Samba di Indonesia. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1665-1671 .
<https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15144>
- Adawiyaha, A. R., Efraimb, J. F., Auliac, N. N., & Hannand, S. (2025). Purchase Intention Of Generation Z Toward Global Running Shoe Brands: The Role Of Functional Value, Social Value, And Brand Awareness Using The Extended Theory Of Planned Behavior. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(9), 7512-7525. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i9.61433>
- Adidas.com. (2020, Maret 11). *adidas Brand Strategy*. From <https://report.adidas-group.com/2019/en/group-management-report-our-company/corporate-strategy/adidas-brand-strategy.html>
- Assael, H. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Action (6th ed.)*. South-Western College Publishing.
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 8-14.
- BPS. (2020, Desember 12). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi DKI JAKARTA, 2020*. From <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/12/0>
- Chae, H., Kim, S., Lee, J., & Park, K. (2020). Impact of product characteristics of limited editions shoes on perceived value, brand trust, and purchase intention; focused on the scarcity message frequency. *Journal of Business Research*, 120, 398–406. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.040>
- CNBCIndonesia.com. (2019, Juli 14). *Gairah Industri Fashion Indonesia*. Retrieved from

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia>

Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.

Firdauzy, N. S., Bukhari, E., & Nursal, M. F. (2025). Pengaruh Brand Image, Harga, Online Customer Review, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(8), 264-272. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6156>

Goodstats.id. (2024, Juli 2). 7 Olahraga yang Paling Sering Dilakukan oleh Gen Z. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/7-olahraga-yang-paling-sering-dilakukan-oleh-gen-z-Qhz6a>

Hasannah, S. R., Ciptandi, F., & Muchlis. (2026). Peranan Fashion sebagai Media Komunikasi pada Aktivitas Olahraga Lari Generasi Z di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 1245–1253. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i2.7509>

Helma, A. S., Andika, M. F., & Apriyana, N. (2024). Brand Authenticity Effects On Brand Image : Brand Study Of Converse Sneakers For Gen Z. *Jurnal Ekonomi*, 13(4), 707-716. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i04>

Jakarta.go.id. (2026, Agustus 29). *Kota Administrasi Jakarta Selatan*. From <https://www.jakarta.go.id/kota-administrasi-jakarta-selatan>

Jusuf, D. I. (2023). Digital Technology And Changes In Consumer Behavior : Case Study Of The Millennial Generation. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1338-1343.

Katadata.co.id. (2023, Februari 27). *Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juaranya!* Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3fa772ad0d29fb0/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>

Katadata.co.id. (2025, Oktober 27). 8 Merek Sepatu Lari Terlaris di Shopee Indonesia Mei 2025. Retrieved from

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2025/10/27/8-merek-sepatu-lari-terlaris-di-shopee-indonesia-mei-2025>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Lesmana, T., Pratama, G., & Edirianto, S. (2024). *Generasi Z Dan Perubahan Pola Konsumsi Di Era Digital*. Padang: GEMILANG PRESS INDONESIA.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Permana, E., Nury, N., Oktavia, S., & Firdaus, R. Z. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pemasaran Brand Fashion Arkline untuk Menarik Konsumen Gen Z. *MENAWAN : Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 21-35. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i4.1479>
- Purnamasari, M., saptadinata, A., Maryetti, & Noviadi, A. (2025). Perilaku Konsumen Gen Z Dalam Memilih Makanan Japanese Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(1), 78-87. <https://doi.org/10.56743/jstp.v10i1.496>
- Putri, T. A., & Putri, W. Y. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram @Mami.Sneakers Untuk Menciptakan Brand Awareness Bagi Generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 2(2), 63-74. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1078>
- Rahmadania, A., & Aly, H. N. (2023). Implementasi Teori Hirarchy Of Needs Maslow Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Di Yayasan Cahaya Generasi Islam Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(4), 261–272. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i4.17456>
- Rahmi, A. A., Hizriyani, R., & Sopiah, C. (2022). Analisis Teori Hierarki of Needs Abraham Maslow Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini. *Aulad : Journal on Early Childhood*, 5(3), 205-214. <https://doi.org/10.31004/aulad.v5i3.385>

- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 3(1), 323-331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M. A., Sabir, S. S., & Waseem, A. (2019). Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 18. <https://doi.org/10.1177/1609406919862424>
- Razak, I. (2022). The Role of Digital Marketing for Generation Z. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.58471/jeami.v1i01.512>
- Saputra, A. H., Putra, S. N., & Bennet, D. (2024). Consumer Behavior and Brand Loyalty: A Study on Digital Marketing Practices. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(2), 160–170. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i2.630>
- Sari, R. I., Yuzima, R., & Ardini, R. (2025). Komunikasi Digital dan Perubahan Gaya Hidup Generasi Gen Z. *Sagita Academia Journal*, 3(4), 128-131. <https://doi.org/10.61579/sagita.v3i4.706>
- Seftyan, M., & Baksin, A. (2025). Strategi Konten Instagram@urbansneakerssociety dalam Memengaruhi Gaya Fashion Gen-Z. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 5(2), 2417-2426. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.21122>
- Solomon, M. R., & Russell, C. A. (2024). *Consumer Behavior : buying, having, and being*. Pearson.
- Sports.sindonews.com. (2024, Desember 2). 700 Peserta dari Berbagai Kalangan Ikuti Gen Z Fun Run 2024, Rayakan Gaya Hidup Aktif. Retrieved from <https://sports.sindonews.com/read/1497313/51/700-peserta-dari-berbagai-kalangan-ikuti-gen-z-fun-run-2024-rayakan-gaya-hidup-aktif-1733145156>

- Sport.detik.com. (2026, Februari 14). *Ketika Olahraga Lari Jadi Inspirasi Fesyen*.
From <https://sport.detik.com/sportstyle/d-8356542/ketika-olahraga-lari-jadi-inspirasi-fesyen>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swa.co.id. (2024, Juli 8). *Jakpat: 75% Orang Senang Pakai Produk Olah Raga Lokal*. Retrieved from <https://swa.co.id/read/448381/jakpat-75-orang-senang-pakai-produk-olah-raga-lokal>
- Swantari, A., Aditya, M. K., & Pramanik, P. D. (2025). Consumer Behavior Of Generation Z Students: The Influence Of Using Lazada E-Commerce, Promotions And Social Media (Case Study Of Trisakti Institute Of Tourism Students). *International Journal Management and Economic*, 4(1), 01–07.
<https://doi.org/10.56127/ijme.v4i1.1777>
- Tangka, R. N., & Risandhy, R. (2025). Membangun Citra Sepatu Salomon Sebagai Fashion Lifestyle Di Kalangan Generasi Z Melalui Media Iklan. *Jurnal Adat-Jurnal Seni, Desain & Budaya Dewan Kesenian Tangerang Selatan*, 7(2), 17-27.
- Tempo.co. (2026, Februari 14). *Aktivitas Sampai Malam, Gen Z Utamakan Pilih Sepatu Nyaman*. From <https://www.tempo.co/gaya-hidup/aktivitas-sampai-malam-gen-z-utamakan-pilih-sepatu-nyaman-2115093>
- Yulianto, A. (2023). *Gen Z Marketing: Menggali Potensi Dan Memahami Karakteristik Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Jawa Tengah: Lakeisha.