

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, K. P. (2021, Juni 16). *4 Alasan Sepatu Futsal Ortuseight Lebih Baik Dibanding Specs*. Retrieved from Terminal: <https://mojok.co/terminal/4-alasan-sepatu-futsal-ortuseight-lebih-baik-dibanding-specs/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* (9 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. K. (2018). *Analisis Promosi, Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Brand Equity Smartphone Xiaomi di Semarang*. Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
- Hartanto, R. (2019). *Brand And Personal Branding*. Yogyakarta: Denokan Pustaka.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Ludiwiyanto, H. (2021). *Pengaruh Celebrtiy Endorsers, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Kota Malang*. Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim Malang , Malang.
- Ortuseight*. (2022, Oktober 4). Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Ortuseight>
- Ortuseight*. (n.d.). *Ortuseight*. Retrieved from About Us: <https://ortuseight.id/about>
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ramadhan, S. D., Hidayati, N., & Athia, I. (2022). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 12 (1).
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga

- Merek Adidas (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen USNI*, 6 (2).
- Sapitry, N. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware pada Ibu Rumah Tangga di Nagari Durian Tinggi Kecamatan Kapur IX*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau.
- Saputra, S. A., & Evelyn, F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4 (5).
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original SPORTCENTER cabang mendoho semarang). *PROCEEDING SENDIU*.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (3 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, D. (2006). *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (3 ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wiyono, G. (2011). *3 in 1 Merancang Penelitian Bisnis Dengan ALat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0* (1 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.