

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Almana, A. M., Mirza, A. A. (2013). *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers' Purchasing Decisions. The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers' Purchasing Decisions*.
- Aini, Y. N. (2022) Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Brown D. dan N. Hayes. 2008. *Business & Economics*. Amsterdam: Elsevier.
- Bakshy, E., Hofman, J. M., Mason, W. A., & Watts, D. J. (2011). *Everyone's an influencer*.  
<https://doi.org/10.1145/1935826.1935845>
- Chatterjee, Patrali. (2011). *Drivers of new product recommending and referral behaviour on social network sites. International Journal of Advertising*, 30(1), 77-102.
- Compass. (2020). Visi & Misi. [https://youtu.be/i0\\_4zBgYwp0](https://youtu.be/i0_4zBgYwp0).
- Dahmiri, D., Bhayangkari, K. W. S. (2020). *Review Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*.

- Deming, W. Edwards. (1982). *Guide to Quality Control*. Cambridge: Massachusetts Institute Of Technology
- Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian HPSamsung di Artomoro Celluler. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 58–65.
- Elwalda, A., Lü, K., Ali, M. (2016). *Perceived derived attributes of online customer reviews*. *Computers in Human Behavior*, 56, 306–319.
- Filieri, R., Mcleay, F. (2013) *E-WOM and Accommodation : An Analysis of the Factors That Influence Travelers ' Adoption of Information from Online Reviews*. *Journal of Travel Research*.
- Forbes, Kristen. (2016). *Examining The Beauty Industry's Use Of Social Influencers*. *Elon Journal Of Undergraduate Research In Communications*, Vol. 7, No. 2.
- Fauziah Y., Franciscus., D. S. S., Hapzi., A. (2023) *Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela*. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*
- Feigenbaum, A.V. 2000. *Kendali Mutu Terpadu*, Jilid 1, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.

Gogle Trends (2023).

<https://trends.google.com/trends/explore?date=now%207d&geo=ID&q=sepatu%20compass>

Ghozali I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hariyanti, N. T., Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Eksekutif*, Volume 15(1), 133-146.

Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publication, Inc.

Kurniawan , F., Arifin, Z., Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

Kotler, Philip., Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta.

Kotler, P., Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kurnia T., Tri. I. W. (2020) Pengaruh *Viral Marketing*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Media Sosial Instagram.

Kusumar M. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Shopee. *Jurnal Manajemen*.

Kemenperin. (2019). Produksi Sepatu di Indonesia Urutan Keempat di Dunia. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/20540/Produksi-Sepatu-di-Indonesia-Urutan-Keempat-di-Dunia>.

Kompas.com. (2019). Cerita Sepatu Compass yang Bikin "Sesak" Jakarta *Sneakers Days*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/02/08/085332420/cerita-sepatu-compass-yang-bikin-sesak-jakarta-sneaker-day-2019?page=all>.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Lasander, C. (2013). *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional*.

Lubis, A. A. (2015). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT.Suara Barisan Hijau Harian*.

- Melati, R. S ., Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 8(2), 882-888.
- Mulyati, Gesitera, G. (2020). *Jurnal Maksipreneur. Pengaruh Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang.
- Mustafid, Gunawan, A. (2008). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada PD. Asa Wira Perkasa Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. (4)2. 123-140.
- Narista, F. D., Himawan, A. F. I. (2021). Pengaruh Sosial Media, *Influencer* dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, Volume 2 (01), 55.
- Nugroho T. A. (2021) Pengaruh *Influencer* Media Sosial, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass.
- Prastio A., Rodhiah. (2021) Pengaruh *Perceived Quality*, *Social Influence*, dan *Perceived Price* Terhadap *Purchase Intention* Brodo. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*
- Pahlevi, (2019) Pengertian *Influencer* dan Pentingnya *Influencer* Dalam Pemasaran

- Rondonuwu, P. D. (2013) Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 1(4), 718-728.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, M. A., Aprianingsih, A. (2016). *Pengaruh Tinjauan Konsumen Online Terhadap Seni Pembelian: Studi Dalam Kosmetik Premium Indonesia*.
- Solis, B. (2010). *The Complete Guide for Brandy and Businesses to Build Cultivate & Measure Success In The New Web New Jersey*. Willey
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R. (2018). *Pengaruh Antara Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*.
- Sianipar, F. A. H., Dra. Hj. Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh *Customer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online *Marketplace*. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 10(4), 1.

- Tawas, D. J., Pandensolang, H. N. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Emba*, Volume 3, 1113-1124.
- Tahar, Rachman (2018) Pengaruh *Influencer* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Tokopedia. (2023). Sneakers Lokal Terbaik Terbaik.  
[https://www.tokopedia.com/blog/top-sneakers-lokal-terbaik-fsp/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/blog/top-sneakers-lokal-terbaik-fsp/?utm_source=google&utm_medium=organic).
- Thepraise.id. (2023). Aji Handoko, Bangkitkan Sepatu ‘Gaib’ Compass hingga Mendunia. <https://thepraise.id/aji-handoko-bangkitkan-sepatu-gaib-compass-hingga-mendunia/>.
- Thomas, M.J, Bernd W.W., Jan C. W. 2019. *Determinants of Online Review Credibility and its Impact on Consumers’ Purchase Intention. Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 20
- Tirta. (2019). Bahas Tuntas Sepatu Compass.  
[https://youtu.be/9yWWOuJa\\_mQ](https://youtu.be/9yWWOuJa_mQ).
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.