

DAFTAR PUSTAKA

- A, Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Abdullah, M. Ma`ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2014.
- Al-Fauzan, Saleh. *Al-Mulakhkhasul*. Jakarta: Gema Insani Pers, 2005.
- Andrew, Julian, and Rezi Erdiansyah. "Analisis Pengaruh E-WOM, Online Review, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Market Place Tokopedia." 5 no. 1 (2021) - 8 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8177>. 0777.
- Anjarwati, Nella Bintari, M. Ridwan, dan W. Retnaningsih. "Brand Image, Co Branding, Customer Sastifaction Influences Toward Purchase Intention of Hajj Bailout Multipurpose by Perceived Value and Brand Preference Variables as Intervening Variables in People Credit Bank Jombang." *Archives of Business Research*, 7 no. 7 (2019) - 6 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.14738/abr.77.6832>.
- Appriilia, Rika Dewi and Renny Dwijayant. "Kecintaan Merek Lokal, Fashion Lifestyle, Dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela." *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 11 no. 1 (2021) - 8 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.24036/011120470>.
- Apriansyah, Putri, and Sholihat. "Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pepsodent pada Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan STIE Indragiri Rengat." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6 no. 2 (2021) - 6 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.296>.
- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Arjun, Chaudhuri and Holbrook, Morris B. "The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty." *The Journal of Marketing* 2 no. 65 (2001) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>.
- B., Hurlock E. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- B., Lucas D. & Britt, S..H. *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill, (2012).
- Ballester dan Alema. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Pembelian*. Indramayu: Adanu Abimata, 2021.

- Barnard, Malcolm. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengimplementasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas Dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra, 1996.
- Bhuono, Agung Nugroho. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Blackett, Tom and Bob Boad. *Co-Branding The Science Of Alliance*. London: Macmillan Press LTD, 1999.
<https://doi.org/10.1057/9780230599673>.
- Bowen, Philip Kotler J. T., & Makens J. C. *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2014.
- Cece, Ike Sen. "Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador, dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya." 1 (2015), E-ISSN : 2407-730.
- Chalil, Rifyal Dahlawy. *Brand, Islamic Branding & Re-Branding*. Yogyakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2021.
- Connolly, Barry. *Digital Trust: Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*. USA: Bloomsbury Publishing, 2020.
- Cravens D., dan Nigel Piercy. *Strategic Marketing*. Singapore: Graw-Hill Companies Inc., 2009.
- DAM, Tri Cuong. "Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention." *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 7 no. 10 (2020) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.939>.
- Dewi, Ketut et al. "Pengaruh E-WOM di Media Sosial Youtube terhadap Purchase Intention (Minat Beli) pada Brand Smartphone Samsung." *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10 no. 9 (2021) - 8 Desember, 2022 - <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>.
- Durianto, D., et. al. *Recent Trends in Marketing Issues*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- E., Ferrinadewi. *Merek Dan Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- E., Mc. Carthy Jerome dan Perreault, W., D. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- F., Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset Vanessa, 2014.
- Ferdinand, A. *Pengaruh Bauran Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategi)*. Pasuruan: CV. Qiara Media, 2019.
- G., Schiffman L., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*. New York,: Prentice Hall, 2010.

- G., Schiffman L., & Kanuk, L. L. *Consumer Behaviour*. Singapore: Prentice Hall International, 2007.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Google Trends. *Grafik Minat Sepatu Aerostreet 12 Bulan Terakhir*. 14 November, 2022. <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=aerostreet>.
- Goyette et. al. "E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context." *Journal of Administrative Sciences* 1 no. 27 (2010) - 8 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.1002/cjas.129>.
- Hamdi, Asep Saepul dan E. Bahrudin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, ed. Azwar Anas. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Hasan, Ali. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Instagram Aerostreet. *Co-Branding Aerostreet Dengan Tango*. 11 November, 2022. <https://www.instagram.com/p/Ch3wHWDruEy/igshid=YmMyMTA2M2Y=>.
- Kartajaya. *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Kautonen, Schiffman, L. G. and Kanuk. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2015.
- Keller and Kevin L. *Strategic Brand Management Third Edition*. New Jersey: Pearson Education International, 2008.
- Kompas.com. *Kategori Usia Terbaru Dari WHO*. 9 September 2021. 30 Desember, 2022. <https://kompas.com>.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- Kotler, P. *Marketing Management*. NJ: Prentice Hall, 2003.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2012.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Kotler, Philip, Armstrong & Gary. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education Asia, 2002.
- Kriyantono, Rachmat. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2019.

- Kumar, V. *Managing Customers for Profit: Strategies to Increase Loyalty and Build Profit*. New Jersey: Wharton School Publishing, 2008.
- Larasati, Dhiya Riska and Adil Fadillah. "Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online di E-Commerce Shopee." *Jurnal Informatika Kesatuan* 2 no. 1 (2022) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1381>.
- Litvin, Stephen W. et. al. "Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management." *Tourism Management*. no. 3 2008.
- Mardani. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012).
- Mughoffar, Muslih, Ujang Sumarwan, and Netty Tinaprilla. "The Effect of E-Woma and Brand Image on The Interest in Buying The Heavenly Blush Yoghurt Product." *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 5 no. 2 (2019) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.2.158>.
- Nasir, Munawir. *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis*. Makassar: Social Politic Genius (SIGn), 2019.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2013.
- Nurhasanah et al. "The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 1071 no. 1 (2021) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>.
- Nurida dan Sri Ernawati. "Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Kota Bima." *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)* 4 no. 1 (2020) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.32529/JIM.V4I1.506>.
- P., Smith. "Leading 10 Footwear Producers Worldwide from 2016 to 2021, by Country." 10 November 2022. <https://www.statista.com/statistics/227256/leading-10-global-footwear-producers-by-country/>.
- Philip dan Waldemar Pfoertsch Kotler. *Ingredient Branding: Making the Invisible Visible*. Berlin: Springer, 2010. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-04214-0>.
- Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Priyanthi, Asdiana Luh Devi and Yasa Ni Nyoman Kerti. "The Role of Image Brands Mediates E-WOM Effect on Buying Interest in Triton Learning Institutions." *Russian Journal of Agricultural and*

- Socio-Economic Sciences*, 103 no. 7 (2020) - 6 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-07.07>.
- Priyatno, Duwi. *Cara Kiat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Puguh, Suharso. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Putri, Debi Eka Dkk. *Brand Marketing*. Bandung: Widina, 2021.
- Rahayu Ningsih, E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020.
- Riznal, Boy dan Syafrizal. "The Effect of Co-Branding Strategy, Brand Equity on Purchase Intention Through Brand Preference." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 5 no. 1 (2020) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.36467/makro.2020.05.01.02>.
- Rozi, M. Fatkhur. "Penerapan Electronic Word of Mouth (EWOM) Dan Prinsip Komunikasi Dalam Islam," *Iqtishoduna* 13, no. 1 (2017).
- Rusman. *Pembelajaran Tematik Terpadu Teori, Praktik Dan Penilaian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- S., Arikunto. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Sadya, Sarnita. "Industri Kulit Dan Alas Kaki Tumbuh 13,12% Pada Kuartal II/2022." 10 November 2022. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-kulit-dan-alas-kaki-tumbuh-1312-pada-kuartal-ii2022>.
- Santia, Tria. "Perjalanan Adhitya Caesarico Membangun Aerostreet, Sepatu Klaten Tembus Pasar Global." 6 "Perjalanan Adhitya Caesarico Membangun Aerostreet, Sepatu Klaten Tembus Pasar Global." 6.
- Setiadi, N. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Shopee.com. *Penghargaan Shopee Award 2021*. 11 November 2022. <https://shopee.co.id>.
- Sudarmanto, R. Gunawan. *Analisis Regresi Linier Ganda Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Sugiyono. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suryadiningrat, Yedi Tantri, Yanuar Rahmat, and Rina Anandita. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan E-Wom Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Belanja Online." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 8 no. 2 (2022) - 8 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>.
- Swasta dan Handoko. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, 2000.
- T., Lau G. and Lee S. H, "Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty." *Journal of Market Focused Management* 4 (1999) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.1023/A:1009886520142>.
- Tim Pengelola Website Kemenperin. "Penguatan Ekosistem Industri Alas Kaki Melalui Program Kemitraan BPIPI." 10 November 2022. <https://www.kemenperin.go.id>.
- U., Sumarwan. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Warno dan Ginanjar Rahmawan. "Factor Affecting Interest in Buying Local Aerostreet Shoes." *Manajemen Ekonomi* 2 no. 2 (2022) – 8 Desember, 2022.
- Widianingtyas, Hesti. "Aerostreet, Brand Lokal Asal Klaten Yang Tembus Pasar Global." 6 Januari, 2023. <https://m-kumparan-com.cdn.amproject.org/>.
- Wijayanti, Titik. *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017.
- Yunikartika, Lela and Harti. "Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Akun Instagram @carubanmangan." *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 6 no. 1 (2022) - 7 Desember, 2022 - <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897>.