

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018) *Manajemen Ekuitas Merek*, Jakarta :Mitra Utama.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50Kotler, Philip. Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- C.Y.Korompis, R., P.K.Lengkong, V., & Walangitan, M. D. (2017). Pengaruh Sikap Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1241.
- Dedy, H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. August.
- Firmansyah, M.A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Franita, R. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Organisasi Sma Negeri 3 Salatiga (Studi Kasus Organisasi Osis Sma Negeri 3 Salatiga). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 408–420.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Karnawtai, T. A. (2018). Bisma jurnal bisnis dan manajemen. *Jurnal Bisnis Dan*

Manajemen Volume 6 No. 1 Agustus, 13(1), 43–51.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. In *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Luttrell, Regina. (2015). *Social Media How to Engage, Share, and Connect*. In Rowman & Littlefield (Vol.51, Issue 1).

Miles, Jason. (2019). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customer With Visual Influencee*. In Pearson Education.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *Jurnal Fokus*, 4(4), 279–284. <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/fokus/article/view/7413>

Safitri, N. A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial. *Kompetensi, Vol11, No 2, Oktober 2017*, 4(3), 57–71. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>

Serafinelli, Elisa. (2018). *Digital Life on Instagram: New Social Communication of Photography*. Bingley. Emerald Publishing Limited

Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dvd Player Elecor Pada Pt. Cakrawala Elecorindo Medan. *Niagawan*, 7(2), 80–89. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10754>

Sudarso, A. (2018). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Cv.Panda Bakery*. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/vkjs4>

Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Agora*, 5(1), 1–7. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308. Bandung.

Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran*.

Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12 (1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>

ARTIKEL

<https://aerostreet.co.id/ads/marketplace>

<https://www.instagram.com/aerostreet/>

<https://www.facebook.com/aerostreet.aerostreet>

<https://socialblade.com/instagram/user/aerostreet>

https://socialblade.com/instagram/user/geoff_max

<https://socialblade.com/instagram/user/sepataucompass>

<https://socialblade.com/instagram/user/ventelashoes>

Muqodam, Farodlilah. (2022). “Sepatu Aerostreet Klaten: Kualitas Internasional, Harganya Lokal”. <https://www.solopos.com/sepatu-aerostreet-klaten-kualitas-internasional-harganya-lokal-1320308> . Diakses pada 15 Juni 2022. Pukul 19.37

WIB

Rakyat, Pikiran. (2019). “ Produksi Sepatu di Indonesia Urutan Keempat di Dunia”. <https://kemenperin.go.id/artikel/20540/Produksi-Sepatu-di-Indonesia-Urutan-Keempat-di-Dunia> . Diakses pada 14 Juni 2022. Pukul 16.42 WIB

Sukarno, Puput Ady. (2021). “*Perjalanan Aerostreet, dari Klaten Menembus Pasar Global*”.

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20210424/219/1385716/perjalanan-aerostreet-dari-klaten-menembus-pasar-global> . Diakses pada 10 Juni 2022. Pukul 18.20 WIB

Widianingtyas, Hesti. (2021). “*Aerostreet, Brand Lokal Asal Klaten yang Tembus Pasar Global*”. <https://kumparan.com/millennial/aerostreet-brand-lokal-asal-klaten-yang-tembus-pasar-global-1viuDiQ0fy/full>. Diakses pada 14 Juni 2022. Pukul 14.22 WIB