

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, E. P., & Wirawan, H. (2020). *Popularitas Olahraga Futsal sebagai Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa Perkotaan*. Jurnal Keolahragaan, 8(1), 45–53.
- Saputra, A. R. (2022). *Futsal sebagai Media Sosialisasi dan Hiburan pada Generasi Muda di Kota Surabaya*. Jurnal Sosiologi Olahraga, 6(2), 88–95.
- Prasetyo, D. (2021). *Perkembangan olahraga futsal di kota besar dan minat generasi muda*. Surabaya: Pustaka Olahraga Nusantara.
- Shiddiqi, M. K., & Saifuddin, M. (2023). *Behind the kick: Understanding local futsal shoe choices in Indonesia – A comprehensive study on brand image, product quality, price, and customer satisfaction*. Journal of Managerial Sciences and Studies, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.61160/jomss.v1i2.16>.
- Aprisindo. (2023). *Laporan Tahunan Industri Alas Kaki Indonesia 2023*. Jakarta: Asosiasi Persepatuan Indonesia.
- Bisnis Indonesia. (2023, Mei 10). *Specs Masuk Lima Besar Merek Sepatu Lokal Paling Populer di Indonesia*. Diakses dari <https://www.bisnis.com>.
- Katadata. (2023). *Tren Belanja Online Produk Fesyen dan Olahraga di Marketplace Indonesia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>.
- Federasi Futsal Indonesia. (2024). *Daftar Klub Peserta Liga Futsal Profesional Indonesia 2024–2025*. Diakses dari <https://federasifutsal.id>.
- APLFI & Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2023). *Laporan Infrastruktur Futsal Nasional 2023*. Jakarta: Kemenpora RI.
- Statista. (2024). *Indonesia Sports Footwear Market – Forecast 2024–2029*. Diakses dari <https://www.statista.com/outlook/cmo/fashion/footwear/indonesia>.
- Kompas. (2023). Riset Internet. Artikel Tentang performa produksi Specs <https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/17/172600765/rincian-produksi-sepatu>
- Astuti, R., & Mulyana, P. A. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Lokal di Era Globalisasi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(1), 45–53.
- Wahyuni, S., & Arifin, Z. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepatu Lokal*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 7(1), 34–42. <https://doi.org/10.31289/jmbi.v7i1.4567>
- Hanifah, A. L., & Sari, N. R. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal pada Konsumen Milenial di Surabaya*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 10(2), 112–120.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *MKTG 13: Principles of Marketing* (13th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Ginting, N. (2011). *Manajemen Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Aaker, D. A. (2023). "Branding: too often overlooked in disruptive innovation and social purpose arenas." *Journal of Brand Management*, 30, 185–189.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi. (hlm. 21)
- Utami, R. N., Muslikh, & Oktavia, D. (2024). *The Effect of Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions*. *Marketing and Business Strategy*, 1(2), 80–92.
- Rijal, K., & Sukresna, I. M. (2024). *The Effect of Price Perception, Product Reviews, and Product Appearance on Purchasing Decisions*. *Research Horizon*, 4(4), 147–154.
- Handayani, S. (2023). *The Influence of Product Quality and Price Perception on Purchase Decision: Satisfaction as a Moderation*. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 8(1), 17–25.
- Wijanarko, P. A., Wisnu, D., & Praharjo, A. (2023). *The Influence of Product Quality, Perceived Price and Brand Image Regarding the Purchase Decision of Specs Soccer Shoes*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Aprilia, A. O., Purwanto, E., & Baskara, A. (2024). *The Influence of Price, Product Quality and Promotion on the Decision to Purchase Ventela Shoes*. *Economics and Business International Conference Proceeding*, 1(2).
- Zulkufli, M., & Sumartik. (2024). *Brand Image and Quality Drive Purchases in Indonesia*. *Academia Open*, 9(1).
- Ardiansyah, D. B. D., Aziz, N., & Fuadiputra, I. R. (2023). *The Effect of Price, Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision of Xiaomi Smartphones*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(4).
- Fatihudin, D. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Untuk Skripsi dan Penelitian Ilmiah*. Surabaya: CV. Zifatama Publisher.
- Sari, R. N., & Anugrah, R. D. (2023). *Analisis Definisi Operasional dan Validitas Instrumen dalam Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 55–64.
- Hair, J. F., et al. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Kiswati, E. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill.
- Hinton, P. R., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS Explained*. Routledge.
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Sage Publications.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research* (4th ed.). Orlando: Harcourt College Publishers.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Salma, N. (2023). Pendekatan Kuantitatif Deskriptif dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 134–145.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (4th ed.). London: SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Wooldridge, J. M. (2016). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (6th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Nachrowi, N. D., & Usman, H. (2006). *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2013). *Research Methods in Education* (7th ed.). New York: Routledge.
- Hinton, P. R., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS Explained* (2nd ed.). New York: Routledge.

- Anam et al., (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Syariah)*, 4 (1) 120-136. <https://doi.org/10.36778/jesya>
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Arif P. Wirawan. (2025). *Specifications and strategic repositioning of the Specs brand in Indonesia*. Dede Suryadi blog & news commentary.
- Sri Widyastuti & Muhammad Said. (2021). *Consumer consideration in purchase decision of Specs sport shoes through brand image, product design and price perception*. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Anwar, R. (2024). *Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sepatu Specs*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto (Tesis S1).
- Hakim, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dan Olahraga. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 115–125.
- Sejarah SPECS Sport*. (2017). Dewanata's Blog.
- Blog Profil Specs. (2019). *Profil Perusahaan Specs*.
- BolaSkor.com. (2024). *Specs Menembus Batas, Siap-siap Ekspansi ke Luar Negeri*.