

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Brand Switching pada Kartu Prabayar XL (Studi pada konsumen Pandumedia Reload Service Singosari-Malang). *SKETSA BISNIS*, 1(1).
- Akhiri, S., & Endrekson, R. (2021). Pengaruh Faktor *Variety Seeking* Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Konsumen Produk Sepatu OlahRaga Kota Prabumulih. In *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)* (Vol. 2, No. 1, pp. 369-380).
- Akhirina, T. Y., Yulistiyanti, D., Rusmardiana, A., & Pauziah, U. (2018). Pengujian Sistem Pendukung Keputusan Penjurusan SMA di Banten menggunakan Metode Black Box. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 2(3), 800-806.
- Alana, A. Y., Hidayat, W., & Widodo, H. D. (2013). *Pengaruh citra merek, desain, dan fitur produk terhadap keputusan pembelian handphone Nokia (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Ananda, H. R., & Hendrawan, D. (2012). Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Brand Switching Ke Telkomsel Sosialita. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Appiah, D., Ozuem, W., Howell, K. E., & Lancaster, G. (2019). *Brand switching and consumer identification with brands in the smartphones industry. Journal of Consumer Behaviour*, 18(6), 463-473.
- Atifah, M., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Brand Switching Produk Smartphone Samsung Ke Merek Lain. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 123-135.
- Arianto, A. B. (2013). Pengaruh Atribut produk, harga, kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), 294-305.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Evaluasi Program Pendidikan Pedoman Teoritis Bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan*, Edisi kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Astuti, C. C. (2017). Analisis korelasi untuk mengetahui keeratan hubungan antara keaktifan mahasiswa dengan hasil belajar akhir. *JICTE (Journal of Information and Computer Technology Education)*, 1(1), 1-7.
- Bahari, S.G. & Fauji, D. A. S. (2021). Metode ABC Dalam Pengendalian Persediaan Produk. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(1), 814-821.

- Bashori, A. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1-8.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(1), 61-75.
- Candra, J. (2014). Pengaruh faktor promosi, kualitas produk, dan ketidakpuasan terhadap perpindahan merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 857-867.
- Dwinanto, R. R., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung terhadap Niat Berpindah Merek di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7(11), 6129-6155.
- Efendi, A., & Jusmiati, J. (2017). Pengaruh Atribut Produk dan Perilaku Pencarian Variasi terhadap Perilaku Mahasiswa Berpindah Merek Ponsel pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINAM. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 4(2), 63-75.
- Farida, F., Nurwanita, N., & Ferdiawan, F. (2019). Pengaruh Berbagai Faktor terhadap Brand Switching Handphone pada Mahasiswa Fakultas dan Ekonomi Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 89-109.
- Fauziah, AN (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepatu Merek Vans di Kalangan Mahasiswa Surabaya) (Disertasi doctoral, UNIVERISTAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA).
- Fera, F., Syawaluddin, S., & Okta, M. A. (2021). Pengaruh Atribut Produk Dan Segmentasi Pasar Terhadap Minat Beli Deposito Pt Bank Dbs Indonesia, Tbk Kcp Diponegoro Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fure, F., Lapian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Habibulloh, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal (Studi pada Pengguna Produk Sepatu Specs di Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

- Hamsah, M. N., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans pada mahasiswa stiesia surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(6).
- Huda, N., & Nurchayati, N. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX Di Semarang Selatan. *Serat Acitya*, 7(1), 118.
- Irnanda, N.P., Wijastuti, R.D., Lewenussa, R., Waly, N.A., Bintari, W.C. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand* Merek Vivo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sorong) *Switching Handphone Merek Nokia Ke Smartphone*. *Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia*, 1(1).
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Jannah, M., Hidayah, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan iklan pesaing serta perilaku mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(4).
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. *Jurnal, April*.
- Kartini, R. A., Mubaraq, R., & Tanamal, J. (2018). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK SEPATU MEREK VANS DI KOTA PALU (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TADULAKO). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(2), 129-138.
- Kussudyarsana, K., Rahmadhoni, N. K., Sholahudin, M., & Ahmad, N. (2021). The Effect of Testimonials, Service Quality and Service Price Perceptions Mediated by Variety Seeking Variables on Purchase Decisions Personal Shopper (@ Jastipsolo\_). *Proceeding of The URECOL*, 66-78.
- Khasanah, A. U., & Kuswati, R. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan merek pada produk smartphone. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 123-131.
- Lubis, I. B. H. Wibowo, A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(4), 388-401.
- Mahajaya Utama, K. T., & Sudiksa, I. B. (2017). *Peran Respon Emosi Memediasi Pengaruh Atribut Produk Terhadap Brand Switching* (Doctoral dissertation, Udayana University). Musnaini, Wijoyo. H., (2021). Impact of Variety

- Seeking, dan Electronic Word of Mouth Pergantian Merek Kosmetik. *EKONAM: Jurnal Ekonomi*. 3(1), 23-32.
- Mansyur, M., Asiyah, S., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Jurusan Manajemen Angkatan 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(01).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* L.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Marwani, M., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 605-619.
- Metak, T. K., de Rozari, P. E., & Fanggidae, R. P. (2021). Pengaruh Faktor Pribadi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Konsumen Remaja Di Kota Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 2(1-Mar), 33-48.
- Montolalu, I. T., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2018). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermarket Grand Central Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Musnaini, M., & Wijoyo, H. (2021). Impact of Variety Seeking, dan Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching Brand Switching di Industri Kosmetik Indonesia. *Ekonam: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 23-32.
- Narimawati, U. (2007). Riset manajemen sumber daya manusia. Jakarta: Agung Media.
- Nasrin, R., & Mustikasar, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Vans di Kota Bandung pada Tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).

- Nikhashemi, S. R., Valaei, N., & Tarofder, A. K. (2017). Does brand personality and perceived product quality play a major role in mobile phone consumers' switching behaviour?. *Global Business Review*, 18(3\_suppl), S108-S127.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Noviantoro, R., Soleh, A., & Mardhatillah, TA (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone (Studi pada Pelanggan Duta Ponsel Bengkulu). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 22 (1), 146-156.
- Nugroho, A., & Suhermin, S. (2017). CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Nurfaisha, F. (2016). Pengaruh perilaku Mencari Variasi dan Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek Pengguna Facebook ke Path di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Oktariko, T., & INDRIANI, F. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berpindah Merek pada Konsumen Pembalut Wanita Kotex di Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 6(1), 49-66.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Pro Mark*, 10(1).
- Palma, M. A., Iriani, S. S., & Harti, H. (2021). *Effect of Variety Seeking and Electronic Word of Mouth on Brand Switching (Study on Millennial Generation as Modern Coffee Shop Consumers in Surabaya)*. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(8), 333-345.
- Perdana, M. F., & Nugroho, D. A. (2016). Pengaruh Word of Mouth, Ketidakpuasan (Dissatisfaction), Fitur Produk, dan Gaya Hidup (Lifestyle) terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) Produk Smartphone Blackberry (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Puhi, S. R. D., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2021). PENGARUH VARIASI PRODUK VALUE PLUS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI

- HYPERMART GORONTALO. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 13-20.
- Purba, F. K. (2013). Pengaruh Fee Audit dan Pengalaman Auditor Eksternal Terhadap Kualitas Audit. *Universitas Komputer Indonesia*, 1-21.
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). Model Perilaku *Brand Switching* Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 151-163.
- Putra, Y. S. (2013). Analisis *Brand Switching* Handphone Blackberry Di Salatiga (Studi Kasus Pada Pengguna Handphone Blackberry Di Stie Ama Salatiga). *Among Makarti*, 6(2).
- Putranto, A. T. (2019). Pengaruh Atribut Produk, Promosi Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching*. *Jurnal Semarak*, 1(3), 20-38.
- Putri, M. S. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* Produk Indomie (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Raharjo, E. T. (2022). Pengaruh desain produk dan brand image terhadap keinginan berperilaku setelah pembelian produk distro magnesium 137. *Jurnal riset mahasiswa ekonomi (ritmik)*, 4(1), 30-40.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 152-164.
- Safadori, N., & Hidayat, A. M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Safitri, A., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Dissatisfaction, Variety Seeking, Electronic Word of Mouth, dan Religiosity terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(01), 26-35.
- Salim, I. W. (2012). Pengaruh Optimum Stimulation Level Terhadap *Variety-Seeking* Pada Bisnis Ritel. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5).
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Sari, G. N., Mistiyah, M., Rahmana, A. S., & Noviyanti, I. (2021). Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Hokky Bersama Cabang Radio Dalam Jakarta Selatan. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2).
- Silvia, D., Balafif, M., & Rahmasari, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Daya Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics*, 2(1), 81-92.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Shehzad, M., Iqbal, A., & Hussain, T. (2020). *Influence of Cellular Network TV Advertisements on Brand Switching Behavior of Pakistani Consumers at District Mandi Bahhuddin*. *ASIAN Journal of International Peace & Security (AJIPS)*, 4(1), 250-258.
- Septiani, S. Purwanti, R. S., & Toto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 67-81.
- Septiani, M & Zulfikar, R. (2019). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lemonilo Di Toko Organic Bandung. Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- Subagio, R. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Low Cost Green Car Astra Daihatsu Ayla Di PT. Jolo Abadi, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 1-9.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sulistyo, B. A. & Maftukhah, I. (2016). Analisis Pengaruh Perpindahan Merek melalui Harga, Iklan dan Ketidakpuasan Konsumen. *Management analysis journal*, 5(2).

- Susanto, Y. D., & Widyawati, N. (2016). Pengaruh Variety Seeking, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Blackberry Ke Smartphone. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(2).
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, RP (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17 (1), 43-52.
- Suwandi, A. R., & Septrizola, W. (2016). Pengaruh Iklan Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap *Brand Switching* kartu Seluler Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(1).
- Utarestantix, Warokka, A., & Gallato, C. (2012). *Do customer dissatisfaction and variety seeking really affect the product brand switching? A lesson from the biggest Southeast Asia mobile telecommunication market. Journal of Marketing Research & Case Studies*, 2012, 1.
- Wahyuni, D., Evanita, S. & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Susu Anlene ke Merek Lain di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 416-421.
- Wibowo, S. F., Kurnaen, T., & RP, A. K. (2014). Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Nokia Ke Smartphone Samsung (Survei pada outlet Okeshop ITC Roxy Mas, Jakarta Pusat). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 5(1), 21-41.
- Wicaksono, A. C., & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 34-42.
- Wijaya, Y. S., & DH, A. F. (2014). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2011/2012 Universitas Brawijaya yang Beralih Merek ke Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol*, 12(2).
- Yulita, V. & Mustamu. R.H (2014). Studi Deskriptif Penerapan Perencanaan Suksesi Pada PT Estu Karya Utama Grafika. *Agora*, 2(2), 903-908.
- Yunita, D., & Rosa, A. (2016). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Dan Ketidak Tersediaan Produk Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(4), 539-558.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).



(<https://www.thetoptens.com/best-sneaker-brands/> diakses pada tanggal 8 juni 2022 pukul 0,28 WIB)

(<https://belajarcerita.com/2017/05/18/sejarah-singkat-dan-ciri-sepatu-vans-original/> diakses pada tanggal 28 agustus 2022 pukul 21.33 WIB)

(<https://sneakers.co.id/16-jenis-sepatu-vans-terbaik-yang-wajib-kamu-ketahui/> diakses pada tanggal 29 agustus 2022 pukul 22.15 WIB)

(<https://www.selera.id/pilih-mana-ventela-atau-vans/> diakses pada tanggal 22 September 2022 pukul 20.03 WIB)

(<https://bp-guide.id/AXTphzdQ> diakses pada tanggal 22 September 2022 pukul 20.46 WIB)

(<https://www.kompasiana.com/muhammadandri/59301b055793737164a8406a/rep-s-shoes-inovasi-sepatu-yang-di-dalamnya-dilengkapi-dengan-mantel-yang-dapat-digunakan-untuk-melindungi-sepatu-dari-air-hujan> diakses pada tanggal 23 September 2022 pukul 23.20 WIB)

(<https://biz.kompas.com/read/2019/11/29/184747128/sepatu-yang-nyaman-akan-membawa-anda-melalui-segala-situasi> diakses pada tanggal 23 september 2022 pukul 23.50 WIB)

(<https://www.galena.co.id/q/bagaimana-caranya-mencuci-sepatu-vans> diakses pada tanggal 21 september 2022 pukul 0.10 WIB)