

DAFTAR PUSTAKA

- Angkouw, P.J.P., dan Rumokoy, F.S., 2014. Analysis Of Consumer Behavior On Purchase Intention Of Counterfeit Shoes In Manado, *Jurnal Manajemen* Vol. 4, No. 1:1126-1136.
- Arie, I.N.M., dan Santika, W.I., 2017. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Denpasar. *Jurnal Udayana* Vol. 6, No. 10:5720-5747
- Djuhardi, S.A., dan Kusumawati, A., 2017. The Influencing Factors On Consumers Attitude Towards Counterfeid Branded Sneaker Shoes And Their Impact To Purchase Intention, *Jurnal Pemasaran* Vol. 50, No. 4:86-95
- Herlambang B., dan Ruswanti E., 2017. Pengaruh Merk, Desain Dan Harga Terhadap Niat Beli Yang Di Mediasi Persepsi Kualitas Product Sepatu Nike, *Jurnal EMBA* Vol. No.4 Hal:1-22.
- Hermawan, E., Erma, W.M., dan Enny, E., 2015 Pengaruh Kesadaran Merk, Asosiasi Merk Dan Loyalitas Merk Terhadap Minat Beli Sepatu Nike Di Nike Factory Store Surabaya, *Jurnal Pemasaran* Vol, 1 No.2 :102-112
- Ko E., dan Zhang H., 2017 *The Moderating Effects of Nationality and Lifestyle on the Relationship between Brand Equity and Purchase Intention*, :39-54
- Kotler Phillip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Kevin, L, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 dan 2.
- Mangundap, B.C.A., Massie J.D.D., dan Rumokoy F.S. 2018 Comparative Research Of Consumer Purchase Intention Toward Original And Counterfeit Product Of Nike Shoes In Manado, *Jurnal Manajemen* Vol. 6, No. 1: 221-230
- Masrukhin. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi 1. Kudus, Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press.
- Nazir, Moh.. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Putra, I.K.T.D., dan Eka, S., 2015 Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli, *Jurnal EMBA* Vol. 4, No. 6: 1722-1734

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Rizky, Y.H., dan Hani, S., 2018 Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen* Vol. 8, No. 1: 21-28
- Sujarweni Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta, Pustaka Baru Press.
- Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi 2. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Yun, W. 2014 Consumers Purchase Intentions of Shoes: Theory of Planned Behavior and Desired Attributes, *Journal of Management* Vol. 6, No. 4: 50-58.

