

Daftar Pustaka

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 4
- Cynthia Walintukan, Willem J.F. Alfa Tumbuan, Joy E. Tulung, 2017 *The Effect Of Product Quality, Sales Promotion, And Social Influence on Customer Purchase Intention In Bellagio Shoes Store In Manado* ; ISSN 2303-1174 Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 3533 – 3542
- Carmen Adina Paștiu, Maria Mureșan, 2014 *The Influence Of Country Image On Product Brand In The Romanian Shoes Industry* ; *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 16(2), 2014, 274-278
- Erdil, T. S., Uzun, Y., (2010), *Marka Olmak*, Beta Publishing, 2nd ed. , Istanbul. Hal. 90-93
- Endang Ruswanti, Benny Herlambang & Moehammad Unggul Januarko, 2016 *The effect of brand, design, and price on intention to purchase mediated by quality perception at sport shoes X*; *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura Vol. 19, No. 2, August – November 2016, pages 249 – 258*
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen (Edisi ke-5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal. 8 dan 79-80
- Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014 *“Manajemen pemasaran”*. Edisi ke dua. BPFE, Yogyakarta. Hal 120
- Harry Prakarsa, Yulihar Mukhtar, Ice Kamela, 2016 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu SPECS di Kota Padang*
- Haeir, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey. Hal 176
- Heri Prasuhandha Manurung, Endang Sulistya Rini, Arlina Nurbaity Lubis, 2016 *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran*
- Kotler, dan Keller. 2009. *Marketing Management Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal.10, 125 dan 258

- Kotler, dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal 240
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 10, 129, 151, dan 283
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Hal 58 dan 181
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition. Pearson. Hal 258
- Nur, Indriantoro, dan Bambang, Supomo, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPEE, Yogyakarta. Hal 69
- Poh K. Tee, Behrooz Gharleghi, Benjamin Chan, Behrang Samadi, Abbas A. Balahmar 2015 *Purchase Intention of International Branded Clothes Fashion among Younger's in Jakarta* ; Volume 05, Issue 08, 2015
- Ridwan Adji Baskoro, 2017 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang)*
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizki Anandia dan Suryono Budi Santoso, 2019 *Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original* ; ISSN 2615-3254, Volume 1 Nomor 1, 2018, hlm 83-100
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta : Selemba Empat. Hhal.48, 115, dan 172-173
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K.N, 2016 *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)* ; Vol. 3 No.1, Januari 2016
- Sungaji, Sopiha. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Hal 42
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri. Hal 46
- Sri Widyastuti & Muhammad Said, 2017 *Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception* ; Vol. 6, No. 4, December 2017
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta. Hal 7, 81, 93, dan 168

Schmitt, B., (2012), "The consumer psychology of brands", Journal of Consumer Psychology, 22: 7-17.

T. Sabri ERDIL, 2015 Effects of *customer brand perceptions* on *store image* and *purchase intention*: An application in apparel clothing; Procedia - Social and Behavioral Sciences 207 (2015) 196 – 205

Wanda Nadya Laluyan, Sifrid S. Pangemanan & Frederik G. Worang 2017 The Effect Of Advertising, Perceived Quality and Brand Awareness On Consumer Purchase Intention (Case Study: Adidas Sport Shoes)

Yusnidar, Samsir dan Sri Restuti 2015 yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion secara online di Kota Pekanbaru ; ISSN : 2087-4502

_____. 2020. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: FEB UMK

<https://www.nike.com/Indonesia/official-gambar-gambar-sepatu> ; dibuka tanggal 25 November 2020

<https://www.nike.com/Indonesia/official1> ; dibuka tanggal 20 September 2019

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-survey> ; diakses pada tanggal 22 September 2019

https://www.survei_mars_official.co.id ; diakses pada tanggal 25 Agustus 2019

