

DAFTAR PUSTAKA

- Aeker. 2014. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba.
- Anang F. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Bastio, B. S., & Jamiat, N. 2020. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa Di Kota Bandung*. *eProceedings of Management*. Vol.7. No.3. Hal 6241-6253.
- Basu SD, M.B.A. & Hani Handoko, M.B.A. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Chernev, Alexander. 2020. *Strategic Brand Management*. Chicago: Cerebellum Press.
- Dengah, A. A., Mandey, S. L., & Soepeno, D. 2023. *Pengaruh Kelompok Acuan, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.11. No. 2. Hal 150-157.
- Edwin Zusrony. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: BP Undip.
- Haryono, Siswoyo. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0*. Bekasi: Intermedia Personalia Utama.
- Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. 2018. *Pengaruh celebrity endorser, brand image, celebrity endorser terhadap niat beli sepatu olahraga nike di kota denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.6. No.10. Hal 5720-5747.
- Johari, M., & Supriyono, S. 2022. *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya)*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. Vol.4. No.3. Hal 745-755.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2019. *Kemenperin: Indonesia Produsen Alas Kaki Terbesar Keempat Di Dunia*.
- Kertamukti, R 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*, Edisi 15. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Keller, K.L. Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. 2019. *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Laluyan, W. N., Pangemanan, S. S., & Worang, F. G. 2018. *The effect of advertising, perceived quality and brand awareness on consumer purchase intention (Case study: Adidas sport shoes)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol.5. No.2. Hal 1-12.
- Meithania, I. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. 2021. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention Sepatu Converse*. JUMINTEN. Vol. 2. No.5. Hal 38-49.
- Muslim, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. S. 2019. *The effect of brand image, brand trust and reference group on the buying decision of sneakers*. International Journal of Financial, Accounting, and Management. Vol.1. No.2. Hal 105-118.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Press Digimedia
- Nggilu, Monica, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2019. *“Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.”* Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. Vol.7. No. 3. Hal 2691-2700.
- Nurfadila. 2016. *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako. Vol. 1. No. 3. Hal 1-14.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. 2019. *The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya*. In Journal of World Conference (JWC) Vol. 1. No. 1, Hal 208-218
- Royan, F. M. 2014. *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 14.
- Rudy, I. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Saputra, S. A., & Evelyn, F. 2022. *Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs: Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA). Vol.4. No.5. Hal 585-596.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. 2021. *Pengaruh Brand Image, Celebrity endorser, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta*. Journal Of Management, Business And Education. Vol.8. No.1. Hal 92-103.
- Schifman dan Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, J Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Prenamedia Grup, Jakarta.
- Setiawan, I. B. P. A., & Aksari, N. M. A. 2020. *Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention* (Doctoral dissertation, Udayana University). Vol. 9. No. 6. Hal 2352-2373
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. 2019. *Pengaruh iklan dan endorser terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian*. Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis. Vol.1. No.1. Hal 001-015.
- Septian, F. D., & Rubiyanti, R. N. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Geoff Max Bandung*. eProceedings of Management. Vol.6. No.2. Hal 4115- 4123
- Shimp, Terence A. 2018. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari Edisi Ketujuh Jilid I*. Jakarta: PT. Erlangga
- Sihite, B. F. 2019. *Pengaruh Product Quality, Celebrity Endorser Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Wilayah Tangerang Selatan*. Jurnal Semarak Universitas Pamulang. Vol. 2. No.2. Hal 51- 65.
- Sofjan Assauri, S.E., M.B.A. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGraffIndo Persada
- Solimun, Achmad, Adji. R. F, Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat. Pemodelan Persamaan Struktural (SEM)*. Malang : UB Press.
- Superwiratni. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Menginap di Cottage Daarul Jannah*. The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal, Vol.8 No.2. Hal 99-110.

- Susaka, U. 2022. Brand Awareness Sebagai Pemediasi Mempengaruhi Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Rabbani. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Vol. 3. No.3. Hal 1684-1694.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wardhana, Aditya, et al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wijaya, Fredy. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 10 No.4. Hal. 1-12
- Winardi. 2017. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta
- Zia, A., Younus, S., & Mirza, F. 2021. *Investigating the impact of brand image and brand loyalty on brand equity: the mediating role of brand awareness*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol.15. No.2. Hal 1091-1106.
- Beritasatu.com. Tak Hanya Jadi Alas Kaki, Sepatu Kini Juga Jadi Bagian Fashion Wanita. Dari <https://www.beritasatu.com/news/742773/tak-hanya-jadi-alas-kaki-sepatu-kini-juga-jadi-bagian-fashion-wanita/amp> (1 Maret 2023)
- Dream.co.id . Asal Muasal Sepatu Bata: Sering Disangka Merek Lokal, Kejayaan Rajanya Alas Kaki. Dari <https://www.dream.co.id/dinar/asal-muasal-sepatu-bata-sering-disangka-merek-lokal-kejayaan-rajanya-alas-kaki-221102o.html> (1 Maret 2023).
- Iprice.co.id. Usaha Bata Menarik Kids Zaman Now. Dari <https://iprice.co.id/trend/fashion-kecantikan/usaha-bata-menarik-hati-kids-jaman-nowapakah-kamu-terpincut/> (8 Februari 2023).
- , 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.