

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2015, July 22). *Sneaker Merek Terkenal Khusus untuk Penyandang Disabilitas*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150722150804-277-67606/sneaker-merek-terkenal-khusus-untuk-penyandang-disabilitas> (Diakses pada tanggal 12 April 2021)
- Alfian, B. (2016). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*, 66, 37–39.
- Andriani, A. U., 2019. *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Sakola Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Darwis, E. G. 2017. *Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar* (Doctoral dissertation, Univeritas Islam Negeri Alauddin Makassar)
- Deliusno. (2018, June 8). *3 Alasan Sepatu Olahraga Adidas Banyak Jadi Incaran*. Bukalapak. <https://review.bukalapak.com/sports/3-alasan-sepatu-olahraga-adidas-banyak-jadi-incaran-31978> (Diakses pada tanggal 5 Mei 2021)
- Duwi, P. (5). *Jam belajar olah data dengan SPSS 17*. Penerbit CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Elyarni, R. (2016). “*Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP*”. *Jurnal Metris*, 17(1), 81–88.
- Esterina Christy, F. (2019, May 25). *Penjualan Sepatu Sneaker Terbanyak di Dunia*. Tempo. <https://data.tempo.co/data/377/penjualan-sepatu-sneaker-terbanyak-di-dunia> (Diakses pada tanggal 5 April 2021)
- Ezra Laurencia, L. H. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, 3.
- Fouratama, F., & Arifin, Z. (2018). “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian*” (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Pengguna Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 207-215.
- Furrahmi, Chan. “*Pengaruh Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, dan Pengalaman Merek Terhadap Ketertarikan Merek Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Banda Aceh*” (*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No.2 Mei: 22-35, 2018)
- Ghozali, Imam. *Aplilasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011

- Hasibuan, L. (2018, February 20). *Peminat Sneakers di Indonesia Naik 70%.* lifestyle. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70> (Diakses pada tanggal 16 Maret 2021)
- Hidayati, N. I. H. (2020, August 6). *Lewat Film “You Can’t Stop Us”, Nike Rayakan Kembali Olahraga sebagai Inspirasi bagi Dunia.* <https://hiburan.skor.id/lewat-film-you-cant-stop-us-nike-rayakan-kembali-olahraga-sebagai-inspirasi-bagi-dunia-01346526> (Diakses pada tanggal 12 April 2021)
- Hermawan, Kartajaya. 2000. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia, C. (2021, March 25). *Produk Nike Akan Sulit Ditemukan di Toko Sepatu.* ekonomi. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210325094936-92-621887/produk-nike-akan-sulit-ditemukan-di-toko-sepatu/amp> (Diakses pada 5 Mei 2021)
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2009
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi Ketiga belas, Jilid Satu, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip; and Keller, Kevin, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Mayori, K. (2019). *“Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jenawi Oblong Riau Menurut Ekonomi Syariah”* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Maryama, S., & Sujatna, Y. (2018). *Retail Mix Dan Kepuasan Konsumen Minimarket. Liquidity*, 7(1), 53-62.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Nulufi, K. (2015). *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan* (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Prasetya, E. G., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214-221.

- Romadhoni, M. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699
- Saliem, O. A., (2020). *Analisis Pengaruh Promosi Melalui Digital Marketing Dan Labelisasi Halal Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Sanusi, A. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Jakarta : Salemba Empat.
- Seftiana, S. (2017). “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sabun Mandi Cair Merek Dettol Di Bandar Lampung*” (Studi Konsumen Sabun Cair Merek Dettol Di Bandar Lampung).
- Sepatunike.net. (2020, November 19) *Inilah Kekurangan dan Keunggulan Sepatu Nike*. Nike Shoes Addict. <https://www.sepatunike.net/inilah-kekurangan-dan-keunggulan-sepatu-nike/> (Diakses pada tanggal 5 Mei 2021)
- Setiadi, 2003. *Konsep dan Praktek Penulisan Riset Keperawata*, Edisi 2. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Ed. Revisi. Jakarta: Kencana, 2015.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Salesmanship (Kepenjualan)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016).
- Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, “*Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*” (*Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017).h. 664.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2014.
- Sutomo, Adhi. (2017) *Analisis SWOT pada PT. Qumicon Indonesia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- TechnoBusiness Media. (2020, April 14). *Spire Insight: Industri Sepatu Indonesia Potensi Besar Produk Dalam Negeri*. <https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/02/20/industri-sepatu-indonesia-potensi-besar-produk-dalam-negeri/> (Diakses pada tanggal 12 April)

- Top Brand. (2021, January 27). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. Top Brand Award. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=nike](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=nike) (Diakses pada tanggal 31 Maret 2021)
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2002.
- Xian, Gou Li, 2011. *Coorporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention*. *Journal of Computers*, (6)9: 1875-1879.