

## DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, Thamrin & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Adila, R. (2016). Nike hingga Rolex, Merek Paling Banyak Dipalsukan. Retrieved June 7, 2020, from [www.okezone.com](http://www.okezone.com) website
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1 (2), 178–189.
- Arif, A., & Rianto M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, V(1), 124–143.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPEE : Yogyakarta.
- Brandinie, M. (2017). Menakar Kekuatan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Brand Prestige Memicu Minat Beli Ulang (Studi Empirik Produk Smartphone OPPO) Morryessa. *Manajemen Pemasaran*, 24(2), 167–176.
- Djaslim, Saladin. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya.
- Fakaubun, U. F. K. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang ). *Jimmu*, III(1), 1–15.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Gaspersz, Vincent. (2011). *Total Quality Management (untuk Praktisi Bisnis dan Industri)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph, F., Black, William, C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis A. Global Perspective*. Seventh Edition. USA : Pearson Inc.
- Harfaina, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek SA ' I Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 581–591.
- Ismayanti, N. made arie, & Santika, I. wayan. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.
- Jatmika, M. A. S. (2017). Pengaruh harga dan Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepakbola Nike Di Planet Sport Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–8.

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5<sup>th</sup> edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *JPE*, 9(1), 41–50.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. McGraw-Hill, New York.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Oceani, S. (2017). Analisa Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware Di Magelang. *Diponegoro Jurnal Of Management*, 6(1), 1–13.
- Puspita, D., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Jurnal Of Management*, 6(1), 1–12.
- Ramaputra, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Political Science*, 1–8.
- Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomia*, 1(November).
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 83–100.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2.
- Schiffman, L.G. & Kanuk. (2012). *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall

- Schiffman, L., & Wisenblit, L. (2015). *Consumer Behavior*. Edisi Sebelas. Pearson Education.
- Sekaran, U. (2009). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wikipedia.org. (2020). Nike, Inc. Retrieved June 7, 2020, from [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) website: [https://id.wikipedia.org/wiki/Nike,\\_Inc](https://id.wikipedia.org/wiki/Nike,_Inc).
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96. [https://doi.org/10.19015/jasne.28.2\\_10](https://doi.org/10.19015/jasne.28.2_10)
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 4(2), 125–136.