

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi 2010). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Alfian. (2012). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*. FEB Universitas Hasanuddin Makasar: diterbitkan.
- Angio, Ikbal. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio di Kota Gorontalo, Study Kasus Pada Konsumen PT. Hasjrat Abadi*. FEB Universitas Negeri Gorontalo: Tidak Diterbitkan.
- Arslan, Muhammad., & Zaman, Rashid. (2014). *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan*, 4(22), 98-105. Research on Humanities and Social Sciences.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu, Swastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Daryanto. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Durrani, B., Godil, D., Baig, M., & Sajid, Sana. (2015). *Impact Of Brand Image On Buying Behaviour Among Teenagerts*, 11(5), 155-168. European Scientific Journal.
- Fandy dan Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI.
- Ferdinand, Agusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek Dan Psikologi Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, Muhammad. (2013). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra Merek dan Loyalitas Merek*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, Romadhoni. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*. FIK Universitas Negeri Yogyakarta: Diterbitkan.
- Mohamad, Yusuf. F. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Pada Konsumen Nike di Kota Semarang)*. FEB Universitas Diponegoro Semarang: Diterbitkan.
- Oladepo, O Isaac., & Abimbola O Samuel. (2015). *The Influence Of Brand Image And Promotion Mix On Consumer Buying Decision-A Study Of Beverage Consumer In Lagos State, Nigeria*, 3(4), 97-109. British Journal of Marketing Studies.
- Riaz, Hafiza.A. (2015). *Impact Of Brand Image on Consumer Buying Behavior In Clothing Sector: A Comparative Study Between Males And Female Of Central Punjab (Lahore) And Southern Punjab (Multan)*, 4(9), 24-35. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review.
- Riyanto, P.R. (2015). *Pengaruh Brand Image, Promosi dan Distribusi Pada Keputusan Pemeblian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Konsumen Taruna Adiprima Motor Kudus)*. FE Universitas Negeri Malang: Diterbitkan.
- Saeed, Rashid., Lodhi, RN., Mehmood, Amna., & Ishfaq, Urooj. (2013). *Effect of Brand Image pn Brand Loyalty and Role of Customer Satisfaction in it*, 26(10), 1364-1370. World Applied Sciences Journal.
- Sagita, Engla. (2013). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC di Cabang Bakso Grand Mall Oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. FE Universitas Negeri Padang: Tidak Diterbitkan.
- Saputri, Marheni E., & Pranata, Tutut R. (2014). *Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone*. FKB Universitas Telkom: diterbitkan.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soim, Faisal M., Suharyono., & Abdillah, Yusri. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Pembeli Kartu Perdana*

*SimPATI di Booth Telkomsel Matos*, 35(1), 146-153. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS

Syofian, Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Thamrin dan Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Cetakan ke-5*. Yogyakarta: Rajawali Pers.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategik Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Uma Sekaran. (2007). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, EA., Sasongko., & Wahyuni. (2014). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa UNEJ*. Universitas Jember: Tidak Diterbitkan.

<http://www.adidas-group.com/en/group/strategy-overview/> (08 September 2016)

<http://www.adidas-group.com/en/group/history/> (08 September 2016)

<http://www.adidas-group.com/en/group/executive-board/> (08 September 2016)

<http://www.topbrand-award.com> (11 September 2016)