

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA*, Vol. 5.
- Anonymous. (2015). Retrieved from Sneakersholic: <https://www.sneakersholic.com/2015/05/daftar-alamat-adidas-store-di-indonesia.html>. (Diakses pada 24 Oktober 2018)
- Anonymous. (2016). Retrieved from Top Brand Award: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey-result/top_brand_index_2016_fase_2. (Diakses pada 20 Oktober 2018)
- Anonymous. (2017). Retrieved from Top Brand Award: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey-result/top_brand_index_2017_fase_2. (Diakses pada 20 Oktober 2018)
- Anonymous. (2018). Retrieved from Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/>
- Anonymous. (2018). Retrieved from Adidas: <https://www.adidas-group.com/en/>. (Diakses pada 30 September 2018)
- Anonymous. (2018). Retrieved from The Top Tens: <https://www.thetoptens.com/best-sneaker-brands/>. (Diakses pada 19 Oktober 2018)
- Anonymous. (2018). Retrieved from Top Brand Award: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey-result/top_brand_index_2018_fase_2. (Diakses pada 20 Oktober 2018)
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, L. N. (2016). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Volume II.

- Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, Vol. 5 No. 2.
- Foster, B. (2016). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities*, Volume 2.
- Hasibuan, L. (2018). Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com>
- Husein, U. (2008). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. Bandung: PT Refika Aditama.
- Istijanto. (2006). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasiram, M. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif. Malang: UIN Malang Press.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4th edition*. USA: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Lestari, D. A. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Adidas di Paris Van Java Bandung. *JRAMB*, Volume 3.
- Morissan. (2014). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Notoatmodjo, S. (2012). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oladepo, O. I., & Abimbola, O. S. (2015). The Influence Of Brand Image And Promotion Mix On Consumer Buying Decision-A Study Of Beverage

- Consumer In Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies* , 97-109. Vol. 3.
- Priyatno, D. (2014). SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Punaji, S. (2010). Metode Penelitian Penelitian dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.
- Rio. (2016). Retrieved from Blibli: <https://www.blibli.com/friends/blog/4-lini-adidas-wajib-diketahui/>. (Diakses pada 19 Oktober 2018)
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat .
- Sarwono, J. (2013). Strategi Melakukan Riset . Yogyakarta: ANDI.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2010). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Refika Aditama.
- Silitonga, L. T. (2017). Retrieved from Bisnis Indonesia Daily: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180207/12/735561/pasar-sepatu-ini-dia-merek-yang-jadi-raja-pasar->. (Diakses pada 19 Oktober 2018)
- Siregar, S. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: KENCANA.
- Soim, F. M., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 35.
- Sugiarto. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sunyoto, D. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran (Cetakan Pertama). Yogyakarta : Center of Academic Publishing Service (CAPS).

- Tekin, G., Yiltay, S., & Ayaz, E. (2016). The Effect of Brand Image on Consumer Behaviour: Case Study of Louiss Vuitton-Moet Hennessy. *International Journal of Academic Value Studies*, 1-24.
- Wulandari, D. A. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11.
- Yasmin, A. (2017). *Impact of Brand Image on Consumer Purchase Decision. International Journal of Research in Social Sciences*, Volume 7.
- Zuldafrial. (2012). Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Media Perkasa.