

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Agusani, D., & Agustin, S. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers di Tunjungan Plaza Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(9).
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, G. S., Kotler, P. T., (2015), *Marketing an Introducingl twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto, (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi, L. G. P. S., Oei, S. J., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia (Doctoral dissertation, EDP Sciences).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SMARTPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Sembiring, H. (2018). *The Effect of Product Innovation, Product Quality And City Image on Purchase Decision of Uis Karo Woven Fabric*. 46(Ebic 2017), 593–598. <https://doi.org/10.2991/ebic-17.2018.94>

- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17192>
- Iblindonesia.com. (2021). Hari Olahraga Nasional, Bola Basket Diharapkan Semakin Populer. [www.iblindonesia.com](http://www.iblindonesia.com). <https://iblindonesia.com/news/hari-olahraga-nasional-bola-basket-diharapkan-semakin-populer>.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. S. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. S. (2016). *Principles of Marketing*, 16th Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education Limited; 15th edition.
- Lea, Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA.
- Mainbasket.com. (2021). Melirik 10 Sepatu Basket Paling Populer di NBA Musim 2020 - 2021. [www.mainbasket.com](http://www.mainbasket.com). <https://www.mainbasket.com/r/10804/melirik-10-sepatu-basket-paling-populer-di-nba-musim-2020-2021>
- Nike.com. (2022). *Product Pricelist*. [www.nike.com](http://www.nike.com). <https://www.nike.com/id/>
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Priantono., T. S., & Soekotjo., H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(4), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2100>
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Ratnawati, R. A. (2022). *Effects of Product Quality , Price and Brand Image onthe Purchasing Decisions of Nike Products*. 5(36), 2607–2611.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sabran, B., (2012), *Manajemen Pemasaran*, Erlangga

- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–849.
- Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema*, 1(1), 179–195.
- Yuliantie, E. (2021). Effect Of Product Quality, Price Perception, And Promotion On Purchase Decisions At Pand's Muslim Department Store. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 176–188. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.176>