

## DAFTAR PUSTAKA

- Cnbcindonesia. (2018). *Peminat Sneakers di indonesia meningkat*. Retrieved Maret 1, 2020, from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70>
- Cnbcindonesia. (2019). *10 sneaker paling di nantikan di 2019*. Retrieved Maret 1, 2020, from Cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190203193321-33-53674/simak-10-sneakers-paling-dinantikan-di-2019>
- Esquire. (2018). *The coolest sneakers of 2018*. Retrieved Maret 2, 2020, from Esquire.com: <https://www.esquire.com/style/mens-fashion/g22690969/coolest-best-sneakers-2018/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah , A. (2018). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Deepublish .
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* . Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handani, & Fundianto. (2019). *Prespective Successfu Entrepreneur*. Jakarta: One Peach Media.
- Handayani, T., & Fathoni , M. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam* . Yogyakarta: Deepublish.
- Hanna. (2019). The Effect of Country of Origin and Brand Image on Perceived Quality and Interest to Buy ( Study of Polytron Product ). *Zambrut International Journal of Economic & Business*, 3(2), 284-292.
- Hapsari, T. (2017). *Seluk-Beluk Promosi Bisnis* . Depok : A Plus Book.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding* . Yogyakarta: Denokan Pustaka.

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Caps.
- Kecamatan Duren sawit. (2020). *Data kecamatan Durensawit*. Retrieved Maret 5, 2020, from Jakarta.go.id: <https://www.jakarta.go.id/artikel/konten/1188/duren-sawit-kecamatan>
- Kompas. (2017). *Daftar Sneakers paling di cari di indonesia*. Retrieved Maret 2, 2020, from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/01/31/063200820/inilah.daftar.sneakers.yang.paling.dicari.di.indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, A. R. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta : Kobis.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smart phone Xiaomi. *Business Management Journal*, 15(1), 1-11.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media .
- Merahputih. (2018). *Brand Sneakers Paling di cari dan Terpopuler 2018*. Retrieved Maret 2, 2020, from Merahputih.com: <https://merahputih.com/post/read/india-brand-paling-dicari-dan-sneakers-terpopuler-2018>
- Negara, Arifin, & Nuralam. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 202-209.
- Newretro. (2019). *Best Sneakers shoes & sneakers trends 2019*. Retrieved Maret 1, 2020, from Newretro.com: <https://newretro.net/blogs/main/best-streetwear-shoes-sneakers-trends-2019>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Jakarta : PT Grasindo .

- Primaningtias. (2012). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(3), 283-300.
- Ramadhan, & Santosa. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1-12.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang kreatif*. Jakarta : Gramedia.
- Ridwansyah, A. (2017). *Instan Marketing For Busy People* . Jakarta : Esensi .
- Rosyid, I. (2018). *Strategi dan Taktik Promosi Produk*. Malang: Empatdua Media.
- Samuel, & Setiawan. (2018). Promosi Melalui Media Sosial, Brand Awerness, Purchase. *Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52.
- Sangadji, & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Cv Andi .
- Sanjaya, S. (2015). PENGARUH PROMOSI DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SINAR SOSRO MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16, No. 02, Oktober 2015(1693-7619) .
- Setiyaningrum, A., Udayana, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Yogyakarta : CV Andi.
- Statista. (2016). *Nike Still on Top of The sneakers World*. Retrieved Februari 27, 2020, from Statistiska.com: <https://www.statista.com/chart/13470/athletic-footwear-sales/>
- Sudaryono. (2016 ). *Manajemen Pemasaran dan Implementasi* . Jakarta: PT Prehallindo.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Manajemen* . Bandung: Alfabeta .
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik* . Bogor: IPB Press.
- Thamrin , A., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tirto. (2017). *Bagaimana Streetwear Menjadi Barang Mewah* . Retrieved Februari 27, 2020, from Tirto.id: <https://tirto.id/bagaimana-streetwear-menjadi-barang-mewah-cuSJ>

- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wahyudi. (2019). *Statistika Ekonomi*. Malang : UB Press.
- Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Deepublish.
- Widiokarti, & Priansa. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung : Pustaka Setia.
- Widyasari, Maskur, & Setiawan. (2019). The Effect of Motive, Produc Quality, Price perception and brand image. 86(Incobame 2018), 91-95.
- Yudhanto, Y. (2019). *Information Technology Business Start-up*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Yuliatwati, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Deepublish.