

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Alsabiyah, T. (2019). (*Survei pada mahasiswa / mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse*). 70(1), 106–113.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 1). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Astuti, M., & Dwi, B. (2018). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (B. Dwi (ed.); Pertama, A). Lembaga Penerbit UPN “Veteran” Jakarta.
- Banat, S., Mustika, Y., Niaga, A., & Malang, P. N. (2018). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SNEAKERS ADIDAS*.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Budi Utama.
- Fadlil, A. (2019). *Kebangkitan Local pride di Indonesia*.
<https://www.kompasiana.com/andhikafd/5ce3562e6b07c547ae4267b4/kebangkitan-local-pride-di-indonesia>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Firmansyah, A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV. BUDI UTAMA).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro.
- Teguh Prasetyo, 2020
PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS: Studi Pada Pengguna Sepatu Vans di Jakarta Selatan
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. CAPS (Centre for Academic Publishin Service).
- Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.
<https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.)). Erlangga.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan ke). KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (pp. 146–150). PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (3rd ed.). LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran* (H. Rahmadhani & E. R. Fadilah (eds.); 1st ed.). CV BUDI UTAMA.
- Siahaan, A. S., & Setiawati, C. I. (2018). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University) Influence of Brand Images on Purchasing of Vans Shoes (Study on Students of Telkom University Faculty of Communication and Busines*. 5(3),

Teguh Prasetyo, 2020

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS: Studi Pada Pengguna Sepatu Vans di Jakarta Selatan

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

3813–3820.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.)). ALFABETA, CV.

Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194.
<https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (R. Sikumbang (ed.); Ed. 2). Ghalia Indonesia.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen* (E. Purwanto (ed.); Ed. 1). Universitas Terbuka.

Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan* (U. Sumarwan (ed.)). IPB Press.

Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (B. Sarwiji (ed.)). PT INDEKS.

Yuliati, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *PENGETAHUAN PRODUK DAN KONSEP HARGA* (U. P. Hastanto & C. M. Sartono (eds.); 1st ed.). CV BUDI UTAMA