

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Yoga, & Wiratama. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang. *Skripsi*, 1(8), 1–21.
- Akbar, Irfan Rizka, Erlangga, Heri, Jasmani, Jasmani, Oktarini, Riri, & Yusuf, Ade. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9986>
- Almanda, Mochammad Iqbal. (2015). Pengaruh Brand Personality Sepatu Nike Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 657–664.
- Astuti, Sinta Indi, Arso, Septo Pawelas, & Wigati, Putri Asmita. (2015). Tinjauan Pustaka Dan Hipotesis. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Barrios. (2012). No Title طرق تدريس اللغة العربية. *Экономика Региона*, 10(9), 32.
- BUIATRIA, LUZARDO. (2011). No Title p . *Phys. Rev. E*, 1–11. Retrieved from <http://www.ainfo.inia.uy/digital/bitstream/item/7130/1/LUZARDO-BUIATRIA-2017.pdf>
- Cahyono, Edi. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Farhan, Mohamad Yusuf. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Analisis Produk*, Vol 2, h 1–69.
- Fauzi, Yayan. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Goenadhi Lydia. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 155–158. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&as_ylo=2009&as_yhi=2020&q=FAKTOR-FAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI+PERILAKU+KONSUMEN+DALAM+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+MOBIL+TOYOTA+AVANZA+DI+KOTA+BANJARMASIN+Lydia&btnG=

- Ifur, Anwar, & Budhi, Satrio. (2009). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 15 Of 15.
- Kusuma, Rizal Wahyu, & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4, 1–17.
- M.Sesaria. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, (2004), 6–25.
- Maupa, Haris. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(2), 135–168. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2.7400>
- Oliver, J. (2013). Perilaku Konsumen dan Etika dalam memilih produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Panjaitan, Roymon. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pustaka, Kajian, Pemikiran, Kerangka, & Hipotesis, D. a N. (2004). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*. (i), 16–45.
- Radityasari, Pactricia Yordana. (2018). *ANALISI PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus I Mrican Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. 33.
- Sahla, Hilmiatus. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2), 2019. Retrieved from <http://jurnal.una.ac.id/index.php/pionir/article/view/452>
- Sholohah, Silvia Almar'atus, & Sulistyawati, Ardiani Ika. (2018). Fokus Ekonomi. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 13(2), 280–300.
- Tjiptadi, M. (2008). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. *Modul 1*, 1–41.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Utami, Hesty Nurul, & Firdaus, Iqbal Fauzi Akbar. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

- Weenas, Jackson. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Widodo, Slamet. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. Retrieved from <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>