

DAFTAR PUSTAKA

- Databoks. (2023). Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juara! Retrieved from Databoks website: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya#:~:text=Selain paling disukai%2C Adidas juga dinobatkan sebagai,paling populer dan banyak dimiliki konsumen Indonesia.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya#:~:text=Selain%20Adidas%20juga%20dinobatkan%20sebagai,paling%20populer%20dan%20banyak%20dimiliki%20konsumen%20Indonesia.)
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidar, Z. D. F., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Merek Converse Di Kota Cirebon. *EProceedings ...*, 10(4), 2455–2461. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/20896/20148>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Hampshire: Cengage Learning. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Munawwar, H., & Saefuloh, D. (2019). Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal dan Internasional. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, Volume 10,(1), 851–861. Retrieved from <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1502>
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 8(1), 33–48.
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Putra, A. Z., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Converse. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 930–941. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.457>
- Redo, F., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Futsal. *Jurnal Manajemen Strategi*

Dan Aplikasi Bisnis, 1(1), 69–78.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. , (2016). Indonesia.

Sudirman, J. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Terhadap Siswa Sekolah Olahraga Negeri Sriwijaya yang menggunakan Sepatu Adidas)*. Universitas Sriwijaya.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed method)* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.

Tai, Jacky, Wilson Chew. (2012). *Brand Management*. Jakarta: PT Indeks.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.

