

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2000). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika
- Jakarta.American Marketing Association. 2008. *Definition of Brand*
- Adiwidjaja, Adrian Junio & Zeplin Jiwa Husada Tarigan. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. AGORA Vol. 5, No: 3
- Afandy, Edwin. 2018. *Ekuitas Dari Loyalitas Wisatawan Di Industri Perhotelan DIY (Studi Empiris Di Sektor Industri Perhotelan Di DIY)*. Thesis. Master Of Management Universitas Islam Indonesia
- Agatha, Maria. 2018. *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung*. Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi) Vol. 3 No.2
- Alexi, Mardio. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Product Design Terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru*. JOM Fekon, Vol. 4 No. 1
- Ali, Hapzi. 2019. *Building Repurchase Intention and Purchase Decision: Brand Awareness and Brand Loyalty Analysis (Case Study Private Label Product in Alfamidi Tangerang)*. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences

- Ananda, Regina Yusi. 2018. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Queen Apple di Kota Batu). JIMFEB UB, Vol. 06 No. 02
- Anggraeni, Maya, Dr. Dra. Naili Farida, M.Si & Sari Listyorini, S.Sos, M.AB. 2015. Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 FISIP UNDIP). Diponegoro Journal of Social and Political of Science Tahun 2015, Hal 1-9
- Ariadi, Akbar, Meina Wulansari Yusniar, dan Ahmad Rifani. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin). Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 3
- Arikunto. 2010. *“Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek”*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Best Sneaker Brands. (2020). The Top Ten.* <https://www.thetoptens.com/best-sneakerbrands/>
- Cahyani, Khoiriyah Indah dan Sutrasmawati, Endang Rr. 2016. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Management Analysis Journal 5 (4)

- Goseldia, Octora Kurnia dan Dra. Retno Hidayati, M.M. 2011. Analisis Varian Pengaruh Interaksi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen BlackBerry di Kota Semarang)
- Halim, Beatrice Clementia, Diah Dharmayanti, S.E., M.Si., dan Ritzky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A. 2014. Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1
- Hidayatullah, Sultan Agung. 2017. Pengaruh citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk Pada PT. Asuransi Sinarmas Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Kalimasada. 2019. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Kalimasada Cookies Blitar). JIMFEB UB, Vol.7 No.2
- Lawu, Bakti Jean Lawas. 2015. Pengaruh elemen brand knowledge dan brand equity terhadap repurchase intention. Jurnal Manajemen, Vol.14, No.2
- Lestari, Fitri Dani. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cadbury (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Nugraheni, Yulia. 2019. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi pada member Sophie Paris di BC Laelatul Qomar Kebumen).

- Orlando, Dillon. 2015. Analisa Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Sepeda Motor “Kawasaki Ninja 250Fi”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 3, No. 1
- Ratumalessy, Sherly. 2016. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UHT Milo Di Kota Ambon. Jurnal Politeknik Negeri Padang (PNP)
- Saputri, Andhini Wulan. 2016. Pengaruh brand awareness, brand iamge, dan media komunikasi terhadap keputusan pembelian pada jaringan 4G LTE PT. Telkomsel, Tbk (Studi mahasiswa universitas pancasila). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila
- Sari, Ni Komang Lestia dan I Wayan Santika. 2017. Pengaruh Brand Image, Brand Association, dan Brand Awarenessd Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek ASUS. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K.N. 2016. “Penagruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian”. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1
- Syah, Tantri Yanuar Rahmat. 2013. Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis. Jurnal Ekonomi, Vol. 4 No. 2.
- Tambunan, Krystia dan Ibnu Widiyanto. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen Bandeng Presto Semarang).

DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 1, Nomor 2,
Tahun 2012, Halaman 58-66

- Umama, Hany Azza & Rifki Rakasiwi. 2017. Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian konsumen produk telkomsel (Studi masyarakat di Kota Serang Provinsi Banten). *Jurnal Manajemen* Vol.7 No.2
- Waluyo, Minto. 2011. *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling (Untuk Aplikasi Model Dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen)*. Jakarta Barat: PT. Indeks
- Waluyo, Minto dan Mohammad Rachman. 2020. *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modelling (Edisi Revisi)*. Batu: Literasi Nusantara
- Welliani, Steffi. 2015. Analisa pengaruh food quality, Service person customer orientation, dan Physical Environment, terhadap Repurchase intention, melalui Customer satisfaction. *Ultima Management* Vol 7. No.1.
- Widanarko, Bimo Agus. 2016. Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Attachment Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pelanggan Fatamorgana Rent Car & Travel). *JIMFEB UB*, Vol.4 no.2
- Widoyoko, Eko Putro. 2016. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiguna, I Putu Yogi Arta dan I Wayan Santika. 2020. Perand brand image dalam pengaruh sponsorship terhadap niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 1, 2020: 199-217

Yanti, Mery Oki Zufi. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 5