

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Syofyan. 2009. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Penerbit Rajawali.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Business Research Method* (11 ed.). New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis*, sixth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV.Afabeta.
- Ibnularoby. (2013). "Persepsi Konsumen terhadap Marketing Mix-7P pada Perusahaan PO.SAN Bengkulu.
- Jogiyanto. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kotler, P. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum penerbit Intermedia Jakarta.
- (2012). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Prentice Hall International Inc, Ninth Edition, New Jersey.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- (2011). *Dasar – dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- (2012). *Principles of Marketing*. 14th Edition. Pearson. New Jersey.

- (2014). *Principles of Marketing*. London, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- (2012). *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *PrinsipPrinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2, Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Musay, F. P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Nuha,A.L.D. (2015). “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Munawir Furniture di Jepara. Universitas Diponegoro, semarang.
- Prabowo, Fitriansyah Budi. (2015). “Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Giant Supermarket Dinoyo Malang”. Universitas Brawijaya, Malang, 2015.
- Pride, William dan O.C. Ferrell. (2010). *Marketing*. 15th ed.Canada: South Western Cengage Learning.
- Purnama, P. J. (2011). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah di Sukoharjo)*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro.
- Purwati, dkk. (2012). “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)”. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Politeknik Negeri Sriwijaya*. Vol. 2(3), 260-277.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suharso dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset BisnisEdisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Sumarwan, U. 2010. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunjoyo et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Tjahjningsih, E., & Maurine Y. (2009). Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek HP nokia. *Telaah Manajemen*. Volume 6 Edisi 2.
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Manajemen Penjualan Produk*. Cetakan Pertama. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Tjiptono, Candra dan Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*, Edisi 1, Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Wiratama, Aditya Y. (2012). *Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro.
- Zaini, B. A. (2013). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2006). *Service marketing* (4th ed). New York: The MC Graw-Hill Companies, Inc.
- Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner. (2013). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*. Sixth Edition. McGraw-Hill. New York
- <https://zoudha.wordpress.com/2009/12/04/mengapa-olahraga-itu-penting/>
- <http://szsney.blogspot.co.id/2013/10/sejarah-berdirinya-perusahaan-nike.html>
- <http://stiemulia.blogspot.co.id/2010/11/perusahaan-nike.html>
- http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2