

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- AMBARWATI, D. A. S. (2015). *Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Online Shop Dan Toko Konvensional ( Brick and Mortar Store ). ( Usul Penelitian )*.
- Bilson, S. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Furkan, Rusdin, & Shandi, S. A. (2021). Menjaga Daya Tahan Tubuh Dengan Olahraga Saat Pandemi Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(1), 424–430. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/1748>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Humdiana. (2005). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan.
- Kapferer, & Jean-Noel. (2008). *New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity Long Term* (4th Editio). London and Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Keller, K. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Jakarta: Erlangga.
- Miftah, T. (2013). *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moradi, Hadi, & Azim, Z. (2011). The Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Brand Preference-the Moderating Effects of Country of Origin Image. *Australian. Journal of Basic and Applied Sciences*.
- Nuraini, D., & Evianah, E. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 231.

<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.629>

- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmawan, M. R., & Sisilia, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Proses Keputusan Pembelian ( Studi Di Distribution Store Unkl347 Bandung ) the Influence of Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality and Brand Loyal. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 975–998.
- Sabanoglu, T. (2021a). *Nike's revenue worldwide from 2017 to 2020, by region*. <https://www.statista.com/statistics/241692/nikes-sales-by-region-since-2007/>.
- Sabanoglu, T. (2021b). *Total Nike retail stores worldwide from 2009 to 2020*. <https://www.statista.com/statistics/250287/total-number-of-nike-retail-stores-worldwide/>.
- Semuel, H. (2018). *Pengaruh Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality Terhadap Brand Trust (Studi Pada Penabung Di Surabaya)*.
- Sari, N. P. (2021). *Tingkat Minat Masyarakat Dalam Olahraga Di Rumah Pada Saat Pandemi*. 80–86.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta:Indeks.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta:Andi.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sweeney, J. ., & Soutar, G. . (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi.
- Wicaksono. (2019). *Kolaborasi Klop Antara Michael Jordan dengan Nike*. [www.topbrand-award.com/2019/10/kolaborasi-klop-antara-michael-jordan-dengan-nike/](http://www.topbrand-award.com/2019/10/kolaborasi-klop-antara-michael-jordan-dengan-nike/).
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.
- Yaseen, N., Tahira, M., Gulzar, A., & Anwar, A. (2011). Impact of Brand Awareness , Perceived Quality and Customer Loyalty on Brand Profitability

and Purchase Intention. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*.