

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ikasari, S. Suryoko, and S. Nurseto. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 0 :52-59.
- Abdurrahman, Muhammad Dzikron. (2012). Strategi Pemasaran Pembiayaan Pendidikan Ijarah Multi Jasa di KJKS Binama Semarang. *Diploma Thesis*, IAIN Walisongo.
- Angelina, Ni W.D.R dan Ni Made Rastini. (2019). Peran Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. 8(8) : 5304 – 5324.
- Bata Industrial di Indonesia* dalam <https://www.bataindustrials.co.id/id/mengenai-bata-industrials/indonesia/>, diakses pada 6 Juni 2020.
- Bunga, Indah Permata. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Periklanan Youtube Terhadap Loyalitas Pengguna Wardah Kosmetik Di Kota Semarang. *Undergraduate thesis*, Faculty of Social and Political Sciences.
- Citranuari, Sekar (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Ponds di Universitas Negeri Yogyakarta. *SI Thesis*, Fakultas Ekonomi.
- Darussalim, Yulida Sari. (2013). Pengaruh Perubahan Logo Terhadap Citra Perusahaan (Studi Persepsi Konsumen PT Pertamina (Persero) di Bandar Lampung). *Fakultas Ekonomi*, Universitas Lampung.
- Dwiastuti, Rini, dkk. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.
- E. Ayunda, and N. Farida. (2018). Pengaruh Customer Value, Perceived Quality, dan Trust In Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Indomie (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3) : 141-151.
- Fitriani Dwi Putri, 124010344. (2016). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Bata Di Wilayah Bandung). *Skripsi (SI) Thesis*. Fakultas Ekonomi Unpas Bandung.

- G. Radamuri, N. Farida, and R. Dewi. (2013). Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth dan Iklan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3) : 380-386.
- H. Antika, N. Farida, and S. Listyorini. (2015). Pengaruh Service Performance dan Customer Value Terhadap Repurchase Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa PT HeronaExpress Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2) : 371-382.
- Hasyati, Rr Diva Putri and Khasanah, Imroatul. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata di Kota Semarang). *Undergraduate thesis*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Huang, Ling-Chuan, dkk. (2019). A Study on the Effect of Brand Image on Perceived Value and Repurchase Intention in Ecotourism Industry. *Ekoloji*, 28 (107) : 283-287.
- Julian, Muhammad. (2019). Penjualan Ritel Lesu, Sepatu Bata Merevisi Target Penjualan dalam <https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-ritel-lesu-sepatu-bata-merevisi-target-penjualan>, diakses pada 6 Juni 2020.
- Junaidi, Novita W. (2015). Analisa Pengaruh Customer Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pisa Kafe Manyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1) : 1-12.
- Kaho, Joshua Riwu. (2015). *Sejarah Sepatu Bata, Sepatu Masa Kecil Itu Ada Sejak Masa Penjajahan* dalam <https://www.brilio.net/news/sejarah-sepatu-bata-sepatu-masa-kecil-itu-ada-sejak-masa-penjajahan-1508051.html#:~:text=Bata%20atau%20T%26A%20Bata%20Shoe,Anton%20ADn%20Bata%20pada%20tahun%201894.%20.&text=Di%20Indonesia%20C%20toko%20sepatu%20Bata,di%20Kota%20Medan%20C%20Sumatera%20Utara> , diakses pada 6 Juni 2020.
- Kuntjara, Kuntjara. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV; Jateng, DIY, Kalsel dan Kalteng). *Masters Thesis*. Program Pascasarjana. Universitas Diponegoro.

- Laporan Keuangan dan Tahunan dalam <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 28 April 2020.
- M. Anggaeni, N. Farida, and S. Listyorini. (2015). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4) : 191-198.
- Mulyadi, Prayudi Septya. (2016). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Horison Bandung. *UNIKOM Repository*. Universitas Komputer Indonesia.
- N. Farida, dan Elia Ardyan. (2015). Repeat Purchase Intention of Starbucks Consumers In Indonesia: A Green Brand Approach. *Market-Tržište*, 7(2): 189-202.
- N. Kamilah, and N. Farida. (2016). Pengaruh Perceived Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Preference Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Hayfa BeautySkin Care Semarang Cabang Tlogosari)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4): 115-124.
- Nabil, Musyaffa. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro PT KAI DAOP IV Semarang). *Undergraduate thesis*, Faculty of Social and Political Sciences.
- Online, Redaksi WE. (2019). Keren! Indonesia Kontribusi 4,6 Persen Produk Alas Kaki di Dunia dalam <https://www.wartaekonomi.co.id/read222715/keren-indonesia-kontribusi-46-persen-produk-alas-kaki-di-dunia>, diakses pada 6 Juni 2020.
- Pemasar, Pemasaran Dan. (2008). Manajemen Pemasaran. Academia.edu. http://www.academia.edu/download/40062691/Manajemen_Pemasaran.docx. Diunduh pada 6 Maret pukul 23.00 WIB.
- R. Ismasari, and N. Farida.(2016). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Imageterhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4) : 19-32.

- Rachmadini, Leonita. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Iklan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Isotonik Mizone di Surabaya. *Undergraduate thesis*, STIE PERBANAS Surabaya.
- Rafael, Eldo Christoffel. (2019). Strategi Sepatu Bata (BATA) Siap Lawan Kompetisi Merk Global dalam <https://industri.kontan.co.id/news/strategi-sepatu-bata-bata-siap-lawan-kompetisi-merk-global>, diakses pada 6 Juni 2020.
- Ramadhan, Afif Ghaffar dan Suryono BS. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1): 1-12.
- Reven, Daniel dan Augusty TF. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3) : 1-13.
- Rumengan, Aveline Novita, dkk. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2): 684 – 694.
- Setyadarma, Bambang, dkk. (2012). Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Nilai Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Beras Organik Pada Konsumen Wanita di Surabaya. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 10(1) : 61-70.
- Shinta Ayuni, Nugrahandini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Penumpang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kaligung Relasi Semarang - Tegal). *Undergraduate Thesis*. Faculty of Social and Political Sciences. Universitas Diponegoro.
- Situmorang, Anggun P. (2019). 65 Persen Pasar Indonesia Terbuka untuk Perdagangan Bebas Mulai 2022 dalam <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4115517/65-persen-pasar-indonesia-terbuka-untuk-perdagangan-bebas-mulai-2022>, diakses pada 6 Juni 2020.

- Soliha, Euis. Pengaruh Citra dan Kepercayaan Terhadap Nilai Pelanggan dan Dampaknya pada Kepuasan serta Loyalitas Nasabah. *Seminar & Call for Papers*. ISBN: 978-979-3775-57-9
- Suprajang, S. E., & Luthfianta, M. R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Yang Membeli Kaos Sepak Bola Grade Ori di Kota Blitar. *Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi (KOMPILEK)*, 5(2) : 78-89.
- Syukur, Ainna Chairunisa. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kemasan (Studi Pada Aqua pada Masyarakat Kelurahan Terjun Medan Marelan). *Skripsi Sarjana*. Departemen Administrasi Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Top Brand Index Kategori Sepatu Casual* dalam <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses pada 6 Juni 2020.
- Wardhana, Aditya. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Bengkel Resmi Terhadap Nilai Pelanggan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan (Suatu Survey Pada Pelanggan Bengkel Resmi Kendaraan Mpv Di Bawah 2500 Cc Di Kota Bandung). *Jurnal Kebangsaan*, vol. 2, no. 3.
- Wibowo, Claudius Ari. (2015). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Konsumen Ponsel Samsung di Kota Bandung). *Master Thesis*. Universitas Widyatama.
- Wiennata, Audra Alessandra. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang KA Kaligung PT KAI Daop IV Semarang). *Undergraduate Thesis*. Faculty of Social and Political Science. Universitas Diponegoro.
- Wulandari, Dwi. (2015). Dipersepsi Kurang Stylish, Inilah Alasan Bata! dalam <https://mix.co.id/headline/dipersepsi-kurang-stylish-inilah-alasan-bata/>, diakses pada 7 Juni 2020