

DAFTAR PUSTAKA

I. Sumber Buku

- Ali, H. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Hawkins and Motherbaugh. (2016). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy (13th Edition)*. McGraw-Hill.
- Kamaludin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. CV Sah Media.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga (Diterjemahkan oleh Bob Sabran).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Erlangga (Diterjemahkan oleh Bob Sabran).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Erlangga (Diterjemahkan oleh Bob Sabran).
- Lemeshow, S. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. World Health Organization.
- Sarwono, J. & H. B. (2012). *Statistik terapan Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. PT. Elex Media Komputindo.
- Silalahi, U. (2018). *Studi Tentang Administrasi Bisnis*. Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian (Cetakan Ke-29)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-28)*. Alfabeta.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Sutojo, S. dan K. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis dan Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. CV Andi Offset.

II. Sumber Jurnal

- Aldi, E. (2015). Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, VOL. VI, N.*
- Faradisa, I. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesia CoffeeShop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management.*
- Hendarsono, G. dan S. S. (2013). “Analisa Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Minat beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo.” *Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL. 1, No.*
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa, VOL. V NO.*
- Rastini, N. M. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT. Agung Toyota Denpasar. *Jurnal Manajemen, VOL. 5 NO.*

III. Sumber Skripsi

- Cahyadi, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya.* Universitas Kristen Petra.
- Fati, F. M. (2014). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ulang Handphone Samsung Jenis Android di Magelang.* Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Nilawati, N. A. (2012). *Pengaruh Atribut Produk dan Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kafe Kopi Miring di Semarang.* Universitas Diponegoro Semarang.
- Wiguna, A. A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Vans.* Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

IV. Sumber Internet

iPrice. (<https://iprice.co.id/sepatu/olahraga/basket/>). Diakses Pada Tanggal 11 Oktober 2020

Lifepal. (<https://lifepal.co.id/media/apparel-olahraga-terbesar-di-dunia/>). Diakses Pada Tanggal 11 Oktober 2020,

Nike Indonesia. (<https://www.nike.com/id/>). Diakses Pada Tanggal 18 Oktober 2020,

Statista. (<https://www.statista.com/statistics/278834/revenue-nike-adidas-puma-footwear-segment/>). Diakses Pada Tanggal 11 Oktober 2020,

Top Brand Award. (https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=nike). Diakses Pada Tanggal 11 Oktober 2020,