

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2017. *Brand Equity and advertising: Advertising Role in Building a Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Adam, D. M., Mandala, A. A., dan Basri, M. B. 2021. *Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merk Adidas oleh Bandung City Adidas Lovers*. Bandung : Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN 2088-4877, 9, 605–614.
- Afif, N. C., Sutiksno, D. U., Hardiyanto, N., dan Shiratina, A. 2015. *Building brand loyalty through increasing brand trust and brand affect*. International Journal of Scientific dan Technology Research, 4(11), 336–340.
- Amalina, Annisa. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @Mizoneid)*. Surabaya : Jurnal Ilmu Manajemen vol.4 no.3.
- Anugerah, Rita. 2022. *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru*. Pekanbaru : Perustakaan Universitas Islam Riau.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2016*. In APJII.
- Dewi, P. A., dan Purnami, N. M. 2019. *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty*. Bali : E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(8), 4841–4870.
- Eagleman, A. N. 2013. *Acceptance, Motivations, And Usage Of Social Media As A Marketing Communications Tool Amongst Employees Of Sport National Governing Bodies*. New Zealand : Sport Management Review, 16(4), 488–497.
- Ebert, R. J., dan Griffin, R. W. 2015. *Pengantar Bisnis (10th ed.)*. Erlangga.
- Febrian, A., dan Fadly, M. 2021. *The Influence of Transformational Leadership Style on Work Engagement Remuneration Dimediation and 207 Jam Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator's Role*. Malang : Jurnal Aplikasi Manajemen, 19(1), 207–216.
- Febriyantoro, M. T., dan Arisandi, D. 2018. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Manajemen Dewantara (Vol. 1, Issue 2).

- Fepriyanto, F., dan Yuniarinto, D. A. 2022. *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Self Brand Connection Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pemakai Sepatu Bola Merek Adidas di Kota Surabaya)*. Malang : Jurnal Ilmia Mahasiswa FEB.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan*. Tangerang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanus, A. E., dan Margaretha, S. 2016. *The Impact Of Social Media Marketing On Brand Loyalty: The Mediation Effect Of Brand-Value Consciousness Towards Adidas Brand In Indonesia*. In *Journal of Management and Business (Vol. 15, Issue 2)*
- Iqbal, M. 2021. *Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh)*. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 7(2), 83–93.
- Isoraitė, M. 2016. *Marketing Mix Theoretical Aspects*. Lithuania : International Journal of Research -Granthaalayah, 4(6), 25–37.
- Jalaali, M. R. 2017. *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Adidas di Surabaya*. Surabaya : perbanas.
- Kotler, P., dan Keller. 2016. *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K. 2012. *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Musrifan, dan Hariyanto, J. 2020. *The Influence of Cultural, Social, Personal, And Psychological Factors On Purchasing Decisions At Burger King Restaurant Salemba Raya*. Jakarta : Jurnal Elektronik STEI.
- Nasirabadi, E. Z., dan Bokaei, M. N. 2013. *A study on relationship of brand characteristics and customer satisfaction with brand loyalty*. Tehran : Journal Management Science Letters, 3(7), 1907–1914.
- Prabowo, A. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan)*. Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta..
- Pradana, T. A. ., dan Yuliana, E. 2015. *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs www.goindonesia.com*. Bandung : E-Proceeding of Management, 2(3), 2611–2619.

- Priono, Indro. 2022. *Pengaruh Website Quality Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Lazada. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2017)*. Skripsi (S1) : Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Priyono, B. 2012. *Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga*. Semarang : Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia ISSN: 2088-6802, 2.
- Putri, S. W. 2021. *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Adidas Dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Konsumen Artikel Ilmiah*. Skripsi : perbanas.
- Rachmawati, F. 2018. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Skripsi : Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya.
- Ringuet-Riot, C., Carter, S., dan James, D. A. 2014. *Programmed Innovation in Team Sport Using Needs Driven Innovation*. Nathan : Procedia Engineering, 72, 817–822
- Rizky, F. Al, dan Utomo, M. A. 2017. *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Adidas Pada Chelsea Indonesia Supporter Club(Cisc) Di Depok*. Jakarta Selatan : Jurnal Ilmu Manajemen, 13(2).
- Santoso, S. 2013. *Statistika Ekonomi Plus Analisis SPSS*. Umpo Press.
- Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar dan Wisenblit, Joseph. 2013. *Consumer Behavior 10 Edition*. Jakarta Barat : NJ Pearson Education Inc.
- Sugianto, L. O., dan Hartono, S. 2018. *Model Peningkatan Citra Institusi Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Ponorogo : Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan (JSMK) (Vol. 2, Issue 1)
- Sugiyono . 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD* . Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran (Edisi 2)*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Świtła, M., Gamrot, W., Beata, dan Bilińska, K. 2018. *The influence of brand awareness and brand image on brand equity – an empirical study of logistics service providers*. Katowice : Journal of Economics and Management, 33, 96–119.

Syahrul, A. R., Saputra, S. E., dan Syamra, Y. 2021. *Pengaruh Norma Subjektif, Risiko Membeli dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Palsu (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kota Padang)*. Padang : Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan , 12.

TopBrandAward. 2022. TOP BRAND INDEX. Retrieved from www.topbrand-award.com

Urbanek, G. 2002. *Zarządzanie marką [Brand management]*. Warszawa: PWE.

Utomo, Ichsan Widi. 2017. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. Bandung : Jurnal Komunikasi Vol.VII No.1.

Wantara, P. 2015. *The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services*. Madura : International Journal of Economics and Financial Issues, 5(Special Issue), 264–269.

