

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku :

- Assael, Henry. (1998). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. South Western College Publishing. Sixth Edition.
- Bagong, Suyanto. (2017). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Prenada Media Group. Jakarta
- Dubois, B., & Laurent, G.(1994) . *Attitudes Towards the Concept of Luxury: an Exploratory Analysis*. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 273- 278.
- Erdogmus, I., & Budeyri-Turan, I. (2012). *The Role of Personality Congruence, Perceived Quality and Prestige on Ready-to-wear Brand Loyalty*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16, 399-417.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanzaee, K. H., & Rouhani, F. R. (2011). *Investigation of the Effects of Dimensions of Luxury Brand Perception and Brand Preference on the Purchase Intention of Luxury Automobiles in Iranian Consumers*. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2851-2861.
- Hanzaee, K. H., & Taghipourian, M. J. (2012). *The Effects of Brand Credibility and Prestige on Consumers Purchase Intention in Low and High Product Involvement*. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 1281- 1291.
- Henry, Simamora. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto, Hartono. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Keenam. Yogyakarta: BPF.
- Keller, Kevin L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Edisi Ketiga. Prentice hall: New Jersey.

- Keller, Kevin L. (2009). *Building Strong Brands in Modern Marketing Communication Environment*. Journal of Marketing Communication, Vol.15 (2-3), pp. 139-155.
- Keller, Kevin L.. (2013). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Costumer-Based Brand Equity*. Journal of Marketing, Vol.57 (1), pp. 1-22
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid I. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid II. Jakarta: Indeks.
- Master. (2015). Sejarah Singkat Sepatu Roda, dari Belgia Hingga Mendunia. <https://ilmupedia.co.id/articles/sejarah-singkat-sepatu-roda-dari-belgia-hingga-mendunia/full> diakses pada Maret 2021
- Melisa, Tris Nanda. (2014). Pengaruh *Brand Knowledge*, Persepsi Kualitas, dan *Innovativeness* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Android Lenovo di Wilayah Jakarta Selatan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: Univesitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Mulyadi, Nitisusastro. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Priyandara. (2012). Pengaruh *Brand Personality Apple* Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bandung. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pasundan. Bandung.
- Rangkuty, Fredy. (2008). *The Power of Brands*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama:
- Rika, Yuni Lestari. (2008). Pengaruh Kredibilitas Merek dan *Country-of-Origin Image* Terhadap Kepekaan Harga Konsumen (Studi Perbandingan Konsumen pada Produk Notebook di Universitas Indonesia Depok). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Depok.
- Rina, Apriliana. (2010). Pengaruh Strategi *Brand Extension* Terhadap Intensi Membeli Konsumen Studi Kasus Pemakaian *Brand Extension Lifebuoy* untuk Sampo.

- Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Samsul, Arifin. (2010). Pengaruh Celebrity Endorser Ridho Rhoma dan Rhoma Irama Terhadap Minat Membeli Kartu As (Studi pada Masyarakat Kertosuko Kecamatan Krucil Kabupaten Probolinggo). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Sharma, S., R.M., Durand, dan O., Gurarie. 1981. *Identification and Analysis of Moderator Variables*. Journal of Marketing Research Vol. XVIII 291-300.
- Sekaran, Uma and Bougie, Roger. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Brisbane: John Wile.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Surya, B.M. & Agus, S. & Sri, Martini. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Origin, Brand Credibility, Self-Image Congruence dan High Involvement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Knowledge sebagai Moderasi Brand Origin Studi pada Handphone Cross di Purwokerto*. Journal & Proceeding, 3(1). Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- The Conversation. (2021). *Survei: pandemi COVID-19 naikkan popularitas dan durasi olahraga di ruma*. <https://theconversation.com/survei-pandemi-covid-19-naikkan-popularitas-dan-durasi-olahraga-di-rumah-154187> di akses pada Februari 2021
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). Manajemen dan Strategi Merek. Yogyakarta: Andi.

- Verhallen, M. T., & Robben, S. H. (2004). *Scarcity and Preference: An Experiment on Unavailability and Product Evaluation*. Departement of Marketing and Marketing Research, 14-59.
- Vigneron, F., & Johnson, W. L. (1999). *A Review and a Conceptual Framework of Prestige-Seeking Consumer Behaviour*. A Review and a Conceptual Framework of Prestige, 1-17.
- Wang, Xuehua & Zhilin Yang. (2010). *The Effect of Brand Credibility on Consumers' Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image*. Journal of Global Marketing, 23(3), 177-188.
- Yuliana. (2015). *Pengaruh Variasi Produk dan Display Layout Terhadap Minat Konsumen Muslim di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.