

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M. (2020). 15 Jenis-jenis Sepatu yang Banyak Digunakan, Perhatikan untuk Menunjang Penampilan Retrieved April 29 2021, from <https://m.merdeka.com/trending/15-jenis-jenisepatu-yang-banyak-digunakan-perhatikan-untuk-menunjang-penampilan-kln.html?page=all>.
- Anteraja, S. (2020). 13 Brand Sepatu Sneakers Lokal Berkualitas dan Terbaik 2021. Retrieved April 29, 2021, from <https://blog.anteraja.id/brand-sepatu-lokal-terbaik/>
- Aris. (2021). Brand Sepatu Lokal Terbaik Saat Ini Untuk Tampil Keren. Retrieved April 29, 2021, from <https://koran-jakarta.com/brand-sepatu-lokal-terbaik-saat-ini-Dewa>, C. B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen, Vol 8, No 1 (2018): 1-9*.
- Assauri, Sofjan, (2014). Customer Service yang Baik landasan Pencapaian Customer Satisfaction, *Manajemen Usahawan Indonesia*, No.01/TH XXXII, pp. 25-30.
- Buchari, Alma (2015). *Manajemen Pemasaran Bandung* : Alfabeta.
- Belch, G. E., dan M.A Belch. 2004. *Advertising and Promotion; An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Copley, Paul. 2014. *Marketing Communications Management*. Galway: Ann Torres National University or Ireland.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2020). Official Website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Retrieved April 24, 2021, from <https://www.beacukai.go.id/berita/siap-siap-aturan-imporbarang-kiriman-terbaru-mulai-berlaku-30-januari-2020.html>.
- Firdha, F. (2020). 20 Sepatu Lokal Kece, Ada yang Sudah Ekspor ke Luar Negeri. Retrieved December 28, 2020, from <https://www.ussfeed.com/sepatu-lokal/>
- Fandy Tjiptiono 2012, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Falsafani, M. (2020). Pengaruh Self-Image Congruence Terhadap Brand Association , Perceived Quality , Brand Trust , Dan Brand Loyalty Pada Milenial Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 1–11.

- Goh, S. K., Jiang, N., & Tee, P. L. (2016). The impact of brand trust, self-image congruence and usage satisfaction toward smartphone repurchase intention. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 436–441.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Handayani, SB., & Ida Martini,. 2015. Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty, Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Pemakai Motor Matic Merek Yamaha di Kota Semarang). *PPJM (Perkumpulan Pengelola Jurnal Manajemen) Management Dynamic Conference – MADIC National Seminar and Call For Paper*, 1.
- Julius Danny dan Rita Eka Setianingsih. 2014. Pengaruh Kepercayaan Merek Smartphone Samsung Terhadap Loyalitas Merek.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jer: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran, Marketing manajemen analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol*. Jilid dua, edisi 5. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip (2016), Alih Bahasa Gendra Teguh et al. “Manajemen Pemasaran: Edisi Milenium”, Jilid 8, Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Kotler 2012. *Principles of Marketing edition*. Pearson Education Inc.
- Kotler, Philips dan Gary Armstrong (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Penerbit PT. Indeks McGraw-Hill, New York. Jakarta.
- Kotler & Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kiswalini, Annis & Ketut Nurcahya. 2014. Pengaruh Celebrity endorser, Brand image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1 (2): h: 1522-1534.
- Kurniawan ,Fransisca Juanda & Yohannes.2014. Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity endorser terhadap Brand image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2, No. 1, (2014) 1- 8*.
- Larasati, R. D. (2022). 23 Brand Sepatu Lokal Indonesia Berkualitas dan Keren (Updated 2022). *ONLINE*, Diakses 30 Maret 2022. Retrieved from <https://review.bukalapak.com>.
- Mediaini, A. (2020). Serbuan Sepatu Lokal Merajai Pasar Milenial. Retrieved December 29, 2020, from <https://mediaini.com/serbuan-sepatu-lokal-merajai-pasar-milenial/>
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh celebrity endorsement terhadap minat beli konsumen (Studi pada konsumen mahasiswa kelas reguler sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.

- Mangkunegara, A.A.A.P. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan Keenam. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Perdana, Reza Eka, Kokom Komariah dan Faizal Mulia. 2020. Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Volume 2 No. 1 Juni 2020.
- Rangkuti, Freddy, 20018. Strategi Promosi Yang Kreatif, dan Analisis Kasus Integrated Marketing Comunication. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan Mohammad, Basrah Saidani, Yusiyana Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta timur.
- Royan, F. M. (2004). Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sirgy, M. J. (1986). Self-Congruity: Toward a Theory of Personality and Cybernetics. New York: Praeger.
- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen (2nd ed.; R. Sikumbang, Ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sussanto, Christian. (2015). "Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional". *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, September.
- Setiadi, Nugroho J. (2015) Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Kencana : Jakarta.
- Sivesan, S. 2013. Impact of Celebrity Endorsementon Brand Equity in Cosmetic Product. *International Journal of Advanced ResearchinManagement and Social Sciences* 2(4):h: 1-11.
- Sitinjak, Tony dan Angeline. 2011. Pengaruh Kemampuan inovasi dan Harga Produk Terhadap Perilaku Pembelian Smartphone Blackberry di Wilayah Jakarta Barat. *Manajemen Pemasaran*. Volume 1 No. 1 November 2011.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudaryono. 2014. Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran. Cetakan Pertama. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Soegoto, Agus Supandi. 2013. Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Alih bahasa oleh Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk. 2017. *Customer Behavior*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice-hall, Inc.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi (2015), *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandi. 2018. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tammabua, Milcha Handayani. 2017. *Analisis pengaruh Self Image Congruity, Retail Service, Dan Customer Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Customer Satisfaction Urban Surf Distro Di Jayapura* . *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* . Volume 13, Nomor 2, September 2017.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian clear shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11), 3909–3935.
- Zohra, Sabunwala, 2013. *Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases A Study for Pune Region of India*. *International Journal of Research in Business Management*. 1 (6): h:37-42.