

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Diterjemahkan oleh David Wijaya dkk. Jakarta: Salemba Empat.
- Anom P, F. S. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity (Studi Empiris Pengguna IndiHome di Kabupaten Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Arini Dhafiyah Putri, Farida Indriani. (2022). Pengaruh Brand Concept, Brand Awareness, Brand Association, dan Presepsi Kualitas terhadap Brand Equity serta Dampaknya terhadap Minat Beli Produk Distro House Of Smith Semarang. Semarang: Jurnal Of Management
- Ariyanto, Fajar. (2020). Pengaruh Trend Fashion Dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kampung Batik Semarang. Diakses dari <https://eprints.walisongo.ac.id/id/epr>, diakses pada 10 Juni 2022
- Chamid Abdul Basid, Leonardo Budi Hasiolan, Andi Tri Haryono, (2017). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Frisian Flag (Studi Kasus di Kecamatan Tembalang Semarang).
- Darmawan, N. A. (2020). Brand Awareness, Brand Image Dan Brand Loyalty Sebagai Prediktor Brand Equity Adidas. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 240-250.
- Juliana, (2019). *Brand Awareness, Brand Image dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Sepatu Nike di Jakarta*.
- Kotler, P. & Keller (2016). *Marketing Management*. In P. & Kotler, *Marketing Management*. In (Pp. 324-325). London: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong (2012). *Principles Of Marketing (14 th edition)* New jersey: Pearson Education.
- Nadhila Hanifa¹, Indira Rachmawati² (2018). *Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Equity Telkomsel (Studi Pada Generasi Y di Indonesia)*.
- Nalendra, et al. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia. Retrieved from

https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Seri_Dasar_Dengan_SP_PS/kg4eEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0, diakses pada 20 Juni 2022

- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel . *Management And Business Economics Journal*, 130-131.
- Profil Perusahaan Converse. (2022, Maret Rabu). <https://www.converse.id/>, diakses pada 9 Maret 2022.
- Rachmawati, N. H. (2018). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Loyalty, Brand Image Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *Proceeding Of Management*, 1806-1809.
- Rizky Farid Al, M. Agung S. Utomo (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Adidas Pada Chelsea Indonesia Supporter Club (Cisc) Di Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sasmita, Jumiati dan Norazah Mohd Suki,(2015). *Young Consumer's Insights On Brand Equity: Effects Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, And Brand Image*, *Journal Of Retail & Distribution Management*, Vol. 43 No. 3: 276-292
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran "Esensi Dan Aplikasi"*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand Award. Top Brand Index Sepatu. (2022, Februari Selasa). https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Converse, diakses pada 27 Februari 2022.
- Warta Ekonomi.co.id. Sejarah Sepatu Converse, Sepatu Ternyaman di Dunia Sejak 1908. (2022, Februari Rabu). <https://www.wartaekonomi.co.id/read292980/sejarah-sepatu-converse-sepatu-ternyaman-di-dunia-sejak-1908>, diakses pada 28 Februari 2022.
- Yacub, Rudi. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty terhadap Brand Equity pada Pengguna Produk Nike Di Kabupaten Tangerang. *Tangerang. Journal of Economic, Business and Accounting*.