

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Noor, S. M., & Wel, C. A. C. (2014). Factors Influencing Consumers' Purchase Decision of Private Label Brand Products. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(2), 101-110.
- Aldin, I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kredibilitas Endorser, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus Terhadap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas se-Tangerang Selatan) (*Bachelor's Thesis*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. INA-Rxiv Papers
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178-189.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali.
- Feinghenbaum. 2000. *Kendali Mutu Terpadu* . Jakarta: Erlangga
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang : BP – UNDIP
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro .
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPF
- Kartajaya, & Asmara. (2014). *Riset Pemasaran Dan Konsumen* . Jakarta: Gramedia Utama Pustaka .
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Kotler,P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management Video Gallery 2009 to Accompany Marketing Management*. Pearson/Prentice Hall.
- Koto, D. K. F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan. Doctoral Dissertation-Universitas Methodist Medan
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Marchiani, N. D., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 324-332

- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nurdiansyah, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung
Doctoral Dissertation- FEB- UIN Syarif Hidayatullah
- Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management Abad 21, Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta Timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(2), 201-217.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardhani, P. A. K., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2015-2016). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(1), 45-48

KUESIONER PENELITIAN

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) pada satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat dan kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i alami dan rasakan.
2. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 alternatif pilihan jawaban.
 - a. Skala 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b. Skala 2: Tidak Setuju (TS)
 - c. Skala 3: Netral (N)
 - d. Skala 4: Setuju (S)
 - e. Skala 5: Sangat Setuju (SS)

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1 Pria 2 Wanita
3. Umur : 1 17-23 Th 3 31-37 Th 5 45-51Th
 2 24-30 Th 4 38-44 Th 6 > 51Th
4. Pendidikan : 1 Pelajar 3 PNS/Polri/TNI 5 Wiraswasta
 2 Mahasiswa 4 Swasta 6 Lainnya
5. Rata-rata pendapatan/uang saku per bulan:
 1 < Rp 5.000.000,- 3 Rp 10.000.000,- sd Rp 15.000.000,-
 2 Rp 5.000.000,- sd Rp 10.000.000 4 > Rp 15.000.000,-
6. Frekwensi pembelian per tahun:
 1 1 kali pembelian 2 2 kali pembelian 3 lebih dari 2 kali pembelian

C. Pernyataan Penelitian

Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Item Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk sepatu merek Nike memiliki kombinasi warna yang menarik					
2	Produk sepatu merek Nike tidak mudah rusak					
3	Produk sepatu merek Nike nyaman saat dipakai					
4	Produk sepatu merek Nike memiliki fitur yang inovatif					
5	Produk sepatu merek Nike memberikan kesan lebih casual pada pemakainya.					

Variabel Harga (X2)

No	Item Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga sepatu <i>merek Nike</i> sudah sesuai dengan kualitas produknya					
2	Harga sepatu <i>merek Nike</i> lebih bersaing dibanding sepatu merek lain					
3	Harga sepatu <i>merek Nike</i> terjangkau					

Variabel Promosi (X3)

No	Item Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pomosi produk sepatu merek Nike menggunakan berbagai media cetak maupun elektronik					
2	Bentuk promosi dari produk sepatu merek Nike menarik					
3	Informasi sepatu merek Nike yang disampaikan melalui promosi jelas					
4	Promosi produk sepatu merek Nike					

	gencar dilakukan perusahaan					
--	-----------------------------	--	--	--	--	--

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli produk sepatu merek Nike karena sesuai kebutuhan saya					
2	Saya memutuskan membeli produk sepatu merek Nike karena merek ini terpercaya					
3	Saya memutuskan membeli produk sepatu merek Nike karena lokasinya mudah dijangkau					
4	Saya memutuskan membeli produk sepatu merek Nike karena produk ini selalu tersedia selma jam operasional toko					
5	Saya memutuskan membeli produk sepatu merek Nike sesuai dengan jumlah yang saya butuhkan					