

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan Biel, Alexander L.. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Alimul, Hidayat A.A. (2008). *Metode Penelitian Kebidanan dan Teknik Analisa Data*. Jakarta : Salemba Medika.
- Andreani, et al. (2012). *The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator In McDonald's*. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, Vol 14, N0.1,Maret 2012:64-71
- Arnould, E, Price, L, Zinkan, G. (2005). *Consumers 2<sup>nd</sup>ed*. Singapore : Mc.Graw–Hill/Irwin
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publication.
- Burns R. B. (1993). *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. (Alih Bahasa: Eddy). Jakarta : Arcan.
- Centi, P. J., (1993). *Mengapa Rendah Diri?*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chang, L., & Arkin, R. (2002). *Materialism as an Attempt to Cope with Uncertainty*. *Journal of Psychology and Marketing*, 19(5), 389-406.
- Chaplin, J.P. (2001). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Grafindo.
- Chartrand TL, Fitzsimons GJ. (2010). *Nonconscious Consumer Psychology*. *Journal of Consumer Psychology*. 21(2011) 1-3
- Dacey, John; Maureen Kenny. (1997). *Adolescent Development*, London: Brown & Benchmark Publishers.
- Dhani, Arman. (2017). Setelah Vans Tak Ada lagi. dalam <http://tirto/setelah-Vans-tak-ada-lagi-cqkl> . diakses desember 2019
- Dharmawan, O., Putra. (2017). Fenomena Sneakers Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Paradigma* Vol 5, No. 1, 2017
- Dittmar, H. (2005). *Compulsive Buying – A Growing Concern ? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values As Predictors*. *BritishJournal of Psychology*, vol. 96, pp. 467-491

- Dittmar, H., Beattie, J., Friese, S. (1995). *Gender Identity and Material Symbols: Objects and Decision Considerations In Impulse Purchases*. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16, pp. 491-511
- Eco umberto, (2004). Tamasya Dalam Hiperalitas. Jakarta : Jalasutra
- Elliott, Richard, and Wattanasuwan, Kritsadarat. (1998). *Consumption and the Symbolic Project of the Self*". In: *European Advances in Consumer Research*, 3(Ed.) Englisch, B. and Olofsson, A., (Provo, Utah), Association for ConsumerResearch, pp.17-20.
- Erickson, G.M., & Johansson, J.K. (1985). *The Role of Price Information on Buyers Product Evaluation*. *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp: 307-319
- Escalas, J. E., & Bettman, J. (2005). *Selfconstrual, reference group, and brand meaning*. *Journal of Consumer Research*, Vol. 32 No. 3, 37889
- Ferrinadewi, Erna. (2008). Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gardner, R. C. (1985). *Social Psychology and Second Language Learning: The Role of Attitude and Motivation*. Baltimore, MD: Edward Arnold.
- Handoko, T. Hani. (2008). Manajemen Personalia dan Sumber Daya. Manusia (edisi 2). Yogyakarta: BPFE.
- Hardy, M. dan Heyes. (1998). Pengantar psikologi. Jakarta: Erlangga.
- Hartanti. (1998). Citra Diri dan Kecenderungan Perilaku Dietpada Remaja Putri. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hendariningrum, Retno dan Susilo, Edy, M. (2008). fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2, Mei - Agustus 2008.
- Holman, J. (1981). *Heat Transfer*. New York: Mc Graw Hill Book Co., Inc.
- Horgan, J. (2005). Senjakala Ilmu Pengetahuan (Penerjemah: Dindin Solahudin). Bandung: Nuansa
- <http://roi-radio.com> . diakses desember 2019
- <https://www.Hai.grid.id> . diakses desember 2019
- <https://www.instagram.com//Vans.indo/?hl=id> . diakses desember 2019
- Hurlock, E. B. (2004). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga

- Karim, M., Auliyaul. (2019). Kepemimpinan Visioner Bidang Kewirausahaan di Era Generasi Milenial, PROSIDING SENAMA 2019 “Potensi Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia”, 87-94
- Keller, K.L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Amstrong. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prehalindo
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Lutinary Eka Ratri. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (*Brand Image*) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Maltz, M. (1992). Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri, Jakarta: Mitra Utama
- Mappiare, Andi. (1982). Psikologi Remaja. Surabaya: Usaha Nasional.
- Marconi, J. (1994). Beyond Branding. Malaysia: Abdul Majeed & Co
- Martin, G. J. (1998). Etnobotani : Sebuah Manual Pemeliharaan Manusia dan Tumbuhan. Edisi Bahasa Melayu Terjemahan Maryati Mohamed, *NaturalHistory Publications* (Borneo) Sdn. Bhd. Kinabalu. Sabah. Malaysia.
- McCracken, G. (1993). *Septis Sindrome and Septick Shock in Pediatrics Current Concept of Terminology Patophysiology and Management*. *J Pediatrics*. 123:497-508.
- Mitchell, Andrew A. (1986). *The Effect of Verbal and Visual Components of Advertisements on Brand Attitudes and At-titude Toward the Advertisement*. *Journal of Consumer Research*, 13 (June), 12–24
- Mocanu, Rares. (2013). *Brand Image as a Function of Self-Image and Self-Brand Connection. Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1 (3),387-408.
- Musay, F.P. (2013). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen KFC Kawi Malang)* (Jurnal). Malang: Universitas Brawijaya.
- Nababan, Sorta Marisi Margaretha. (2011). Citra Diri Pada Penderita Syringoma. Skripsi. Depok: Universitas Gunadarma.

- Noble. (1999). *Development in Marketing Science*. Vol. 22, 1-5, Coral Gables.Florida : Academi of Marketing Science
- Nur, I., Fauziah dan EkaSari, Agustina. (2008). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kecerdasan Emosional Pada Remaja. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi. Vol. 1, No. 1, 2008.
- Our story.* (2017). Converse. Retrieved 6 April, 2017, from  
<http://www.converse.com/uk/en/ourstory/about-us.html>
- Piacentini, M. and Mailer, G. (2004). *Symbolic consumption in teenagers' clothing choices*. Journal of Consumer Behavior, Vol. 3 No. 3, pp. 251-262
- Pringle, H., Thompson, M. (2001). Brand Spirit. New Jersey : John Wiley & Sons,Ltd
- Pudjijogyanti, C. (1993). Konsep Diri dalam Pendidikan. Jakarta: Arcan.
- Ralph L. Day. (1977). *Extending the Concept of Consumer Satisfaction*", in NA - Advances in Consumer Research Volume 04, eds. William D. Perreault, Jr., Atlanta, GA : Association for Consumer Research, Pages: 149-154.
- Rangkuti, F. (2002). *The power of brands: Teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Runyon, K. (1980). *Consumer Behavior and the Practice of Marketing 2<sup>nd</sup>ed*.Toronto : Charles E. Meril Publishing. Co
- Salzer-Morling, M., & Strannegard, L. (2004). *Silence of The Brands. European Journal of Marketing* Vol 38, 224.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Schembri, S., Merrilees, B. dam Kristiansen, S. (2010. *Brand consumption and narrative self, Psychology and Marketing*, Vol. 27 No. 6, pp. 623-638
- Schiffman L. dan L. L. Kanuk. (2000). Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Indeks
- Setiadi, Nugroho. J . (2003). Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Prenada Media.
- Siahaan, Andre Sanjaya dan Setiawati, Cut Irna. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University). ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.5, No.3 Desember 2018.

- Solomon, M. (1996). *Consumer behavior* (3<sup>rd</sup>ed.). McGraw Hill.
- Strizhakova, Y., & Coulter, R. A. (2015). *Drivers of Local Relative to Global Brand Purchases: A Contingency Approach*. *Journal of International Marketing*. 23(1), 1-22.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Surachman. (2008). Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan). Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutejo, Bambang. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kelompok Acuan, Dan Presepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Vans di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Supriyadi., Fristin, Y., & Inda, G. K. N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 135-144.
- Suyanto, Bagong. (2013). Sosiologi Ekonomi : Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme. Jakarta : Kencana
- Tandywijaya, I. (2015). *Pengaruh brand image terhadap purchase intention melalui perceived value produk smartphone Samsung di Surabaya* (Skripsi). Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala
- Tjiptono, fandy. (2005 strategi pemasaran I edisi kedua yogyakarta, andi offset.
- Walters, Glenn. (1974). *Consumer Behaviour Theory & Practice*. Richard D IrwinInc. Illinois.
- Weiss HR. et al. (2006). *ADL based scoliosis rehabilitation-the key to an improvement of time-efficiency?*. *Studies in Health Technology and Informatics*. 123: 594-8
- Wulandari, Dwi Ajeng dan Oktafani, Farah. (2017). Pengaruh *Brand Image* terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Computech & Bisnis*, Vlo.11, No 1, Juni 2017, 47-58.
- Xian, G. L. (2011). *Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention*. *Journal of Computersi*.

Yantri, C. K. & Brahmana, R. K. M. R. (2019). Pengaruh Brand Authenticity, Self-Image Congruity, Brand Storytelling, dan Social Influence terhadap Use Behavior Melalui Behavior Intention pada Lyncloth Bali, *Agora*, 7(2).