

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahanya*. 2013. Departemen Agama Republik Indonesia. Jakarta: Alfatih.
- Acosta, H. & Ruben. 2002. *Managing Sport Organization*. USA: Human Kinetics.
- Afif, Adi Zakaria. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid I. Jakarta : PT. Prenhalindo
- Alim, Zaenal. 2010. *Pelaksanaan Sponsorship Dampaknya terhadap Brand image pada Clothing Linecoltd Sumur Bandung*. [pdf]. Bandung: Universitas Komputer Indonesia. Tersedia di: <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/449/jbptunikompp-gdl-zaenalalim-22449-1-artikel.pdf>. (Diakses 20 Februari 2017)
- Amin, Achyar. 2011. *Upaya Mempertahankan Brand Image Produk Pada Depot Rawon Setan Embong Malang Di Surabaya*. [pdf] Surabaya: Universitas Islam Negeri Surabaya. Tersedia di: <http://digilib.uinsby.ac.id/8907/5/bab%202.pdf>. (Diakses 23 Februari 2017)
- Arawaza.com. *Indonesia's Store Arawaza*, [online] Tersedia di: <https://www.arawaza.com/arawaza-stores.html>. (Diakses 19 mei 2017)
- _____. *Jenis Baju Karate Arawaza*. [online] Tersedia di: https://www.arawaza.com/karate_products.html. (Diakses 19 mei 2017)
- Bagus, Denny. 2011. *Membangun Minat Beli: Definisi, Faktor yang Mempengaruhi dan Minat Beli*. [online] Tersedia di: <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html>. (Diakses 23 Februari 2017).
- Chiou, Jyh-Shen., Huang, Chien-Yi., and Chuang, Min-Chieh. 2005. *Antecedents of Taiwanese Adolescent's Purchase Intention Toward The Merchandise of A Celebrity: The Moderating Effect of Celebrity Adoration*. *The Journal of Social Psychology*, 145 (3), pp: 317-332.
- Clark, Timoty R. 2007. *EPIC Change : How To Lead Change In The Global Age*. San Francisco: Jossy-bass.
- Cornwell, Bettina T and Coote Leonard V. 2005. *Corporate Sponsorship of a cause: the role of identification in purchase intention*. [pdf]. *Journal of Business Research*. Vol.58. Issue 8. pp. 268– 276.

- Darmadi, Durianto, dkk. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eagleman, Andrea N. and Krohn Brian D. 2012. *Sponsorship Awareness, Attitudes, and Purchase Intentions of Road Race Series Participants*. [pdf]. Sport Marketing Quarterly. Vol.21. pp. 210-220. Tersedia di: http://www.academia.edu/2439307/Sponsorship_Awareness_Attitudes_Toward_Sponsors_and_Purchase_Intentions_of_Participants_in_a_Road_Race_Series. (Diakses 25 Maret 2017)
- Februarini, Chintya Ayu. 2012. *Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Awareness Djarum Super Mild: Studi Pada Event Jakarta International Java Jazz Festival 2012*. [pdf]. Jakarta : Universitas Indonesia. Tersedia di: <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20355549-S-Chintya%20Ayu%20Februarini.pdf>. (Diakses 29 Februari 2017)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Edisi keempat. Yogyakarta: BPFE
- Gwinner, Kevin P dan Jhon Eaton. 1999. *Building Brand Image Through Event Sponsorship: The Role of Image Transfer*. Journal of Advertising. Vol.28. pp. 47-57.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.
- Hapsari, Ajeng Peni. 2008. *Analisis perbandingan penggunaan celebrity endorser dan tipical person endorser iklan televisi dan hubungannya dengan keputusan pembelian produk*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Herlambang, Benny dan Endang Ruswanti. 2015. *Pengaruh Merek, Desain dan Harga Terhadap Niat Beli yang dimediasi Persepsi Kualitas Produk Sepatu Nike*. [pdf] Jakarta : Universitas Esa Unggul. Tersedia di: <http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Master-6280-20150920%20JURNAL%20-%20INDO%201.1.pdf>. (Diakses 29 Februari 2017)
- Hidayah, Taufik Riski. 2008. *Pengaruh Sponsorship terhadap Brand image pada Orca Company/EAT*. [pdf]. Bali: Universitas Udayana. Tersedia di: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/10364/950>. (Diakses 27 Maret 2017)

- Husein, Umar. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Husen. 2012. "Marketing Olahraga". [online] Tersedia di: <https://siswasehat.wordpress.com/2012/10/06/marketing-olahraga/>. (Diakses pada 23 Februari 2017).
- Karim, Adiwarmarman A. 2001. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation The Official MIM Academy course book*. Jakarta : Esesnsi Erlangga Group.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management*. Global Edition. England : Person Education, Inc.
- Komaladewi, Widi. 2010. Pengaruh Sponsorship terhadap Brand image Skaters. [pdf]. Bali: Universitas Udayana. Tersedia di: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2683>. (Diakses 27 maret 2017).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Englend : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kresnawati, Nurwulan Gina. 2008. *Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand image pada Oval Research*. [pdf]. Bali: Universitas Udayana. Tersedia di: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/10364/820>. (Diakses 27 Maret 2017)
- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Jakarta: PT. Salemba Emban Raya.
- Lidyawati. 1998. Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif. Skripsi. Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.
- Lin, Long-Yi dan Lu Ching-Yuh. 2010. *The Influence of Corporate Image, Relationship Marketing, and Trust on Purchase Intention : The*

Moderating Effect of Word of Mouth. *Tourism Review*. Vol.65. No 3. pp.16-34

Machfutdin, Mochamad. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Perusahaan*. [pdf] Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Tersedia di: <http://eprints.uny.ac.id/8567/3/BAB%20%20-08408144028.pdf>. (Diakses 28 Februari 2017)

Maestrosport.com. *Alamat Tokoh Maestrosport*. [online] Tersedia di: <http://www.maestrosports.com/>. (Diakses 19 Mei 2017)

Mangkuprawira, Sjafri. 2008. *Sponsorship*. [online] Tersedia di: <https://ronawajah.wordpress.com/2008/07/07/%E2%80%9Csponsorship%E2%80%9D/>. (Diakses 29 Februari 2017)

Monroe, Ridway, Kinney. 2015. *The Role of Price in The Behavior and Purchase Decisions of Compulsive Buyer*. *Journal Of Retailing (Special Issue on Pricing)*. Vol.88. No 1. Pp.63-71.

Ngan, M K Heidi , Prendergast Gerard P and Tsang S L Alex. 2011. *Linking sports Sponsorship with purchase intentions*. [pdf]. *European Journal of Marketing*. Vol 45. Issue 4. pp. 551-566. Tersedia di: <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/03090561111111334>. (Diakses 27 Meret 2017)

Norman, Utami Astri. 2014. *Hubungan Brand image terhadap Minat Beli pada Distro Rockmen di Kota Bandung*. [pdf]. Bali: Universitas Udayana. Tersedia di: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/3099>. (Diakses 27 Maret 2017)

Nasution, Muhamad Fakhru Rizky dan Hanifa Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 14, No. 2. ISSN: 1693-7619. pp. 135-143.

Pardianto. 2012. *Analisis Brand Image Rokok Clas Mild Dalam Mempengaruhi Persepsi Konsumen Di Kecamatan Tampan, Pekanbaru*. [pdf] Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Tersedia di: http://repository.uin-suska.ac.id/1641/1/2012_2012301MEN.pdf. (Diakses 3 Maret 2017)

Prawira, Bayu dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Cita Merek dan Perspsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar*. [pdf] Bali: Universitas Udayana. Tersedia

- di: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/10019>
(Diakses 29 Februari 2017)
- Pujadi, Bambang. 2010. *Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek*. [pdf]. Semarang: Universitas Diponegoro. Tersedia di: http://eprints.undip.ac.id/24061/1/BAMBANG_PUJADI.pdf. (8 Maret 2017)
- Pustaka Media Syariah. 2015. *Makalah Teori Harga Dalam Islam*. [online] Tersedia di: http://pustakamediasyariah.blogspot.co.id/2015/05/makalah-pes-teori-harga-dalam-islam.html#.WL_E6YGGOyI. (Diakses 8 Maret 2017)
- Putra, Rizky Ananda. 2016. *Pengaruh Brand Image, Reputation, Identity dan Sponsorship Adidas Di Chelsea Football Club Terhadap Minat Beli Produk Adidas*. [pdf] Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Tersedia di: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33355/1/RIZKY%20ANANDA%20PUTRA.pdf>. (Diakses 28 Februari 2017)
- Quthb, Sayyid. 2004. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.
- Radenintan.ac.id. 2013. *Ekonomi Islam*. [pdf] Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tersedia di: http://repository.radenintan.ac.id/101/3/Bab_II.pdf. (Diakses 3 Maret 2017)
- Rahma, Sheilla Eva. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. [pdf]. Semarang: Universitas Diponegoro. Tersedia di: http://eprints.undip.ac.id/17265/1/Eva_Sheilla_Rahma.pdf. (Diakses 28 Februari 2017)
- Randi. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng: Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru*. Jurnal FISIP, Vol 3, No.2. pp. 1-9.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Ferddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Kuncoro. 2011. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.

- Rizki, Muhammad Fakhru dan Hanifa Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. [pdf]. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tersedia di: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/viewFile/182/pdf_37. (Diakses 22 Maret 2017)
- Roslina. 2009. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 5. No 2. Pp. 200-215
- Rusdiana, Nova. 2013. *Etika Pelaku Usaha Periklanan Perspektif Fiqih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. [pdf] Malang: Universitas Islam Negeri Malang. Tersedia di: http://etheses.uin-malang.ac.id/2468/5/09220029_Bab_1.pdf. (Diakses 8 Maret 2017)
- Satiti, Ajeng. 2012. *Anteseden dan Konsekuensi Citra Merek Pada Iklan Honda Scopy*. [pdf] Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Tersedia di: <http://eprints.uny.ac.id/8567/3/BAB%20%20-08408144028.pdf>. (Diakses 28 Februari 2017)
- Setyaningsih dan Darmawan. 2004. *Pengaruh Citra merek Terhadap Efektivitas Iklan*. Jurnal Mahardika. Vol.2. No 3 Mei 2004.
- Shah, Syed et al. (2012). *The Impact of Brands on Consumer Purchase Intention*. Asian Journal of Business Management, Vol.4. No 2. pp. 105- 110.
- Shimp, Terence. 1993. *Promotion Event*. South Carolina: The Dryden Press.
- Subiyanto, Resmiarty Rieska. 2013. *Pengaruh Brand image terhadap Niat Beli Konsumen pada Distro Dloops di Bandung*. [pdf]. Bandung; Universitas Widyatama. Tersedia di: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2786>. (diakses 20 Maret 2017)
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina dan Yoestini. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame: Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*. Journal Of Management, Vol 1, No.1. pp. 1-17.

- Sulistiyono. 2011. *Upaya Membangun Citra Perusahaan Melalui Sponsorship Pada Olahraga Prestasi*. [pdf] Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Tersedia di: <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Sulistiyono,%20S.Pd.,%20M.Pd./Upaya%20Membangun%20Citra%20Perusahaan%20Lewat%20Olahraga.pdf>. (Diakses 23 Februari 2017).
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Surrachman. 2008. *Dasar-dasar Management Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutojo, Siswanto. 1983. *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Sweeney, J.C. & Soutar, G.N. 2001. *Consumer perceived value: The development of a multiple item scale*. [pdf]. *Journal of Retailing*, Vol. 77. No. 2. pp. 203-220. Tersedia di: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435901000410>. (Diakses 22 maret 2017)
- Swimberghe, K., Sharma, D. & Flurry, L. 2009. *An Exploratory Investigation of the Consumer Religious Commitment and its Influence on Store Loyalty and Consumer Complaint Intentions*. *Journal of Consumer Marketing* 26(5), pp. 340-347.
- Tanvir, Asim. 2012. *Impact of Sports Sponsorship on Brand Image and Purchase Intention*. *Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol 4, No.2. pp.659-667.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi : Yogyakarta.
- Tsitsou, Rodoula. 2009. *Delineating the outcomes of Sponsorship Sponsor image, word of mouth, and purchase intentions*. *International Journal of Retail & Distribution Management* 37 (4), pp: 358-369
- Uinsby.ac.id. 2015. *Konsep Promosi Penjualan Dalam Islam*. [pdf] Surabaya: Universitas Islam Negeri Surabaya. Tersedia di: <http://digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab.%20ii.pdf>. (Diakses 8 Maret 2017)
- Ulum, Miftakhul. 2010. *Prespektif Hukum Islam Tentang Penjualan Rokok Dengan Cara Promosi Oleh Sales Promotion Girls (SPG)*. [pdf]

- Surabaya: Universitas Islam Negeri Surabaya. Tersedia di: <http://digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab.%20ii.pdf>. (Diakses 8 Maret 2017)
- Utama. 2009. *Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Edisi Ketiga. Denpasar: Sastra Utama.
- Wardani, Hetti Sri. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*. [pdf] Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. Tersedia di: <http://eprints.walisongo.ac.id/5457/1/112411082.pdf>. (Diakses 7 Maret 2017)
- Widiastuti, Eka. 2013. *Kapatuhan Syariah dalam Membangun Identifikasi Islamic Brands*. [online] Sebi Community. Tersedia di: <http://sebi-community.blogspot.co.id/2013/11/kapatuhan-syariah-dalam-membangun.html>. (Diakses 28 Februari 2017)
- Willcox, Dennis L, Phillip H. Ault, dan Warren K. Agee. 1995. *Public Relations: Strategies and Tactics*. Fourth Edition. New York: Harper Collins Collage Publisher.
- Wkf.net. *Arawaza Approved World Karate Federation*, [online] Tersedia di: <https://wkf.net/karateprotections/protection/arawaza.html>. (Diakses 19 mei 2017)
- Wongso, Novita. 2013. *Pengaruh brand image terhadap loyalitas konsumen KFC Di Perumahan Citra Garden 2*. [pdf] Jakarta: Univeritas Bina Nusantara. Tersedia di: <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-00777-HM%20Bab2001.pdf>. (Diakses 28 Februari 2017)
- Woisetschlager, David M. 2012. *Sponsorship congruence and brand image*. European Journal of Marketing. Vol.46. pp. 509-523. [pdf]. Tersedia di: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03090561211202585>. (Diakses 22 april 2017)