

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Mada Faisal. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN : 2622-9935. Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 2, No. 2, Februari 2020
- Ariefin M. (2020). Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu imitasi pada mahasiswa di surabaya. JOURNAL FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DR SOETOMO. VOLUME 26. EDITION 2. Page 154-179
- Arifai, A. A dan Trihandayani. (2017). Harga, Kualitas Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Kw Cartier di Kalangan Mahasiswi sebagai Penunjang Penampilan Kuliah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume 8 No.03 Desember 2017. 16-22
- Basuki *et al.* (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. (Studi Pada Warga Kelurahan Cemorokandang Kecamatan Kedungkandang, Malang). ISSN: 2442-5486. Volume 6. 07 Oktober 2020
- Bhatia, V. (2017). Examining consumers' attitude towards purchase of counterfeit fashion products. *Journal of Indian Business Research Vol. 10 No. 2.* © Emerald Publishing Limited 1755-4195 DOI 10.1108/JIBR-10-2017-0177, 193-207 .
- Devi K, *et al.* (2014). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi (Studi Kasus Pembelian Tas Imitasi Louis Vuitton Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). Skripsi Sarjana Universitas Diponegoro.
- Divariyana, Chikita & Ahmad Nizam. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Converse Palsu Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 3, No. 2 Mei: 123-135
- Fajriyan. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Sepak Bola Adidas.
- Fatmawati S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas dan Sepatu Charles & Keith. Studi Kasus Konsumen Charles&Keith Paragon Semarang.
- Fitrianingrum, P. d. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Sepatu Olahraga Bermerek Mewah di Kota Batam. . *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol. 6 No. 2, December 2018,* e-ISSN: 2548-9836, 142-150.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang: Undip

- Hikmah Fitriyamani, Balgis. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Nilai dan Sikap Terhadap Pemalsuan Merek Mewah Terhadap Niat Membeli Produk Imitasi Sepatu Converse di Surabaya
- Iful, A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *"Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen "* Volume 4, Nomor 12, Desember 2015.
- Kadir, H. A. (2018). Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Matic Mio Sporty di Kota Palu. *[Vol 5, No 2, 2018] E-ISSN 2598-398X // P-ISSN 2337- 8743.*
- Ketika Bisnis Barang Bermerk Tergerus Produk Jiplakan. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis-barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jilid 1, edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kusumastuti, A. R. (2018). Hubungan Brand Image, Brand Prestige, Lifestyle, dan Social Influence dengan Keputusan Pembelian Produk Tiruan Merek Chanel.
- Mahendra, Deni Dwi. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Kw (Imitasi) Di Pasar Klithikan Yogyakarta. Skripsi Sarjana Universitas PGRI Yogyakarta.
- Mandagie, V. M. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Manado Town Square. *Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018. ISSN 2303-1174.*
- Marlina, P. d. (2021). Pengaruh Kesadaran Nilai, Materialisme dan Pengaruh Sosial Terhadap Sikap Konsumen pada Merek Supreme Palsu. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1 Januari Tahun 2021* , 9– 15.
- Mengenal 11 istilah kualitas produk original, oem, mirror, oc, kw. <https://www.mingseli.id/2019/05/mengenal-11-istilah-kualitas-produk.html>. [diakses 19 Maret 2021]
- Merek / Brand (Pengertian, Bagian, Fungsi, Jenis dan Tahapan Perkembangan. <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/merek-brand.html>. [diakses pada 15 Maret 2021]
- Merek sepatu terkenal yang jadi favorit pria dan wanita. <https://sneakers.co.id/15-merek-sepatu-terkenal-yang-jadi-favorit-pria-dan-wanita/>. [diakses 17 Maret 2021]
- Pangestuti, A. W. (2018). Analisis Pengaruh Kesadaran Nilai, Pemenuhan Status Sosial, dan Materialisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Turuan merek Terkenal. *Diponegoro Journal of Management Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018*, 1-11.

- Prabowo, I. d. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi Vol. 18, No. 4 Oktober 2020 P-ISSN : 1412-5331* .
- Produk KW di Pasaran Indonesia (Indonesia surga barang palsu). <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-surga-barang-palsu.html>.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis*
- Purnomo, R. A. (2016). *ANALISIS STATISTIK EKONOMI DAN BISNIS DENGAN SPSS*. Ponorogo: CV. WADE GROUP.
- Putrananda. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers. . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 11, November 2018*. e-ISSN : 2461-0593.
- Quoquab, et al. (2017). *Factors affecting consumers' intention to purchase counterfeit product Empirical study in the Malaysian market*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 29 No. 4*.
- Rahmadiane. (2016). *Pengaruh Value Consciousness, Integrity, dan Perceived Ease to Get Product terhadap Sikap dan Niat Beli Barang Palsu di Kota Tegal*.
- Ramadhan, Fahri. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek, Serta Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Laptop ASUS di Kota Samarinda
- Rianto, Agus. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Modern
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks Group Gramedia.
- Sopiah, E. M. (2013). *perilaku konsumen* . Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, (2018). "Metode Penelitian Bisnis untuk skripsi, tesis, dan disertasi"
- Suwarti, Ely & Betty Eliya Rokhmah. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Imitasi di Wilayah Jatiyoso. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi Volume 9 Nomor 1 Edisi Mei 2018*
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi.
- Wullur, M. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA).