

## DAFTAR PUSTAKA

- A, G. A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Brand Image* dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Survei *Online* Pada Konsumen Skincare Etude House di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 58, No. 2*.
- Aaker, D. (2018). *Manajemen Membangun Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama Prentice Hall.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA Vol.5, No.3*.
- Aeni, N. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembeian Yang di Mediasi *Brand Trust*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol.4, No. 1*.
- Alwi, I. (t.thn.). Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif 2(2)*, 140-148.
- Budiyanto, I. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Desa Sidan kec. Gianyar, Kab. Gianyar Tahun 2015. *Jurnal program Studi Pendidikan Ekonomi Vol. 7 No. 2*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka.
- Erna, L., & Sri Syahbanita, E. (2014). Pengaruh *Country Of Brand* dan *Country Of Origin* Terhadap Asosiasi Merek (Studi Pada Pelanggan Produk Elektronik). *Media Ekonomi Manajemen, Vol. 29, No. 1*, 1-14.
- Fadhiilah, F. N., & Sunarti. (2018). Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 54 No.1*.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis Vol.1 No.2*.
- Febriyanti, R. S. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 5*.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khasanah, I. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk henky Glass & Crfaft di Semarang. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 11*, 165-177.
- Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matik di Semarang. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi 12*, 155-126.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. New York: Simon and schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, edisi ke-13*. Pearson Education Inc.
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. (2020). Pengaruh *Country Of Origin Image, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rahmani, I. P. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumtif dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja di Wilayah Surakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 nomor 2*.
- Sijabat, R. (2020). Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi *Country Of Origin, Perceived Quality*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Vol. 17, No. 1*, 57-80.
- Speece, Mark., Duc, Phung, Nguyen (2005). Countering negative Country of Origin with low prices : aconjoint study in Vietnam. *The Journal of Product and Brand Management*. Santa Barbara. 14 : 39-49.
- Suciningtyas, Wulan. (2012). Pengaruh Brand Awarness, Brand Image dan Media Communication terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal (1)*. Semarang.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: C V. Alfabet.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 38, No. 1*.
- Sutikno. (2020). Fenomena Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Secara Kredit di Masa Covid-19. *Seminar Nasional Akuntansi (SENA) III Universitas Pamulang*.
- Tati, P. W., Suharyono, & Yulianto, E. (2015). Pengaruh *Country Of Origin* dan *Global Brand Image* Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25 No. 1*.
- Yanthi K P, Jatra I M (2015). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar.
- Widyastutir, Sri; Said, Muhammad. (2017). *Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sport Shoes Product through Brand Image, Product Design an Price Perception. International Journal of Supply Chain Management Vol 6 No.4*.