

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, C. B. (2015). Pengaruh Country Of Origin Produk Televisi LG Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Bianglala Informatika*, 3(1), 74–82.
- Dinata, J., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2015). Country of Origin Pengaruhnya terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli iPad di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–8.
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 475.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ippho Santosa. (2009). *Marketing is Bullshit*. Jakarta: PT Gramedia.
- Khaerunissa, S. S., Prabawani, B., & Listyorini, S. (n.d.). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Faktor Psikografis terhadap Keputusan Pembelian Etude House di Semarang.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, I. (2017). *Pengaruh Country Image dan Beauty Vlogger Review terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea (Studi kasus pada Althea.Kr)*. Islam Negri Syarif Hidayatullah.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 21–47.
- Permana, M. S., & Haryanto, J. O. (2014). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen*, XVIII(3), 365–380.
- Ratri, L. E. (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*. Diponegoro Semarang.
- Risnawati, L., & Hasbi, I. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Revlon (Studi Pada Remaja Perempuan Kota Bogor). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 729–737.
- Romadhoni, M. (2015). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY.

E-Journal.

- Romadon, Y., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Green marketing terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter @ PertaminaIND Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertamina Series). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 2.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–22.
- Sari Rindang, Mandey Silvy, S. A. (2014). Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA*, 2(2), 1222–1232.
- Silvia, F., Fauzi, A., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 1–9.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Country of Origin terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 154.
- Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1715–1725.