

## DAFTAR PUSTAKA

- Devita, E. M. (2018). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK KOREA SELATAN MEREK ETUDE HOUSE*.
- Dewa, C. B. (2015). *Pengaruh Country Of Origin Produk Televisi LG Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Pemeditasi*. 3(1), 74–82.
- Dewi, K. N. dkk. (2012). *PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN VASELINE HAND AND BODY LOTION DI KOTA PADANG ( STUDI KASUS DI PT. UNILEVER CABANG PADANG )*. 3, 11–29.
- 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.
- Fadhiilah, F. N. & S. (2018). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 54(1), 111–119.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Isnaini, Nur; Susanto; Rimiati, H. (2015). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah*.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 21–47.
- Listiana, E. (2013). *Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen*. 8(1), 25–51.
- Nayazri, G. muhammad. (2017). *Jurus Wuling Indonesia, Bangun “Brand Image.”* Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2017/10/23/092300215/jurus-wuling-indonesia-bangun-brand-image->
- Permana, M. S., & Haryanto, J. O. (2014). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensitas Pembelian*. XVIII(03),

365–380.

Pratama, D. R. (2018). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING CONFERO S (STUDI PADA DEALERS WULING MOTORS DI KOTA MALANG)*.

Sari, Rindang Lista; Mandey, Silvy; Soegoto, A. S. (2014). *CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MANADO UTARA* (Vol. 2).

Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*.

Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.

Sriyanto, Agus; Kuncoro, A. W. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk LionStar di Modern Market Jakarta* (Vol. 4).

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suria, Nurina Nadhifi; Kusumawati, Andriani; Pangestuti, E. (2016). *Pengaruh Country of Origin terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta )* (Vol. 38).

Tambunan, K. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi kasus pada konsumen di Bandeng Presto Semarang)*.