

## DAFTAR PUSTAKA

- Buku**
- Cateora dan Graham. (2007), *Pemasaran Internasional*, Edisi 13, Buku 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Cooper Donald R. dan Pamela S. Schindler. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Buku 1, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Firmansyah, Anang M. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning Strategy)*, Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam H. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Keegan, Warren J dan Mark C. Green. (2015), *Global Marketing*, Global Edition 8, England: Pearson
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, 16<sup>th</sup> Edition, England: Pearson
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Buku 2, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2016), *Marketing Management*, 16<sup>th</sup> Edition, England: Pearson
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013), *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. (2010), *Consumer Behavior*, Edisi Global 10, New York: Pearson
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Solomon, Michael R. (2018), *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*. Global Edition. England: Pearson
- Tjiptono, Fandy. (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jurnal**
- Dinata, Jovita S., Srikandi Kumadji, & Kadarisman Hidayat (2015), *Country of Origin dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli*, Jurnal Administrasi Bisnis, Agustus Vol.25. No. 1.





Cahya, Eva & Harti (2015), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series di Counter Insight Plaza Marina Surabaya*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol.3. No.2.

Ekowati, Sri., Ratnawili & Ramadhan Harvensyah (2019), *Pengaruh Country of Origin, Iklan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla*, Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (JAM-Ekis), Januari Vol. 18. No. 1

Fouratma, Fajar dan Zainul Arifin (2018), *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Maret Vol. 56. No.1.

Fure, Ferdyanto., Joyce Lopian & Rita Tarorech (2015), *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado*, Jurnal EMBA, Maret Vol. 3. No.1.

Kurniawan, Firman., Zainul Arifin & Dahlan Fanani (2018), *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya Kelas XII yang menggunakan Laptop ber merek ASUS)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 56. No. 1

Listiana, Erna (2013), *Pengaruh Country of Origin Terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis.

Listiana, Erna (2015), *Country of Origin Image and It' s Impact on Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty*, Journal of Marketing and Consumer Research, Vol. 10.

Melina dan Tumpal JR Sitinjak (2018), *Faktor Determinan Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*, Jurnal Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, November Vol.8. No.1.

Mongi, Lidya., Lisabeth Mananeke & Agusta Repi (2013), *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado*, Jurnal EMBA, Desember Vol.1. No. 4.

Putra, Dimas Ariyanto., Moh Hufron & Afi Rachmat Slamet (2017), *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya di Kota Malang*, e- jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.

Purwitasari, Tyas., Edy Yulianto & Wilopo (2018), *Pengaruh Merek dan Negara Asal (Country of Origin) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa pengguna Oppo atau Samsung Smartphone di Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan Tahun 2013-2015)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Agustus Vol. 61. No. 1.

Shirin, Khosrozadeh., Heidarzadeh Hanzaee K (2011), *The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions*, Chinese Business Review, August. Vol. 10. No. 8.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Venessa, Ike dan Zainul Arifin (2017), *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Oktober Vol. 51. No. 1.

Xian Guo Li, Xia Wang & Yu Juan Cai (2011), *Corporate-, Product-, and User – Image Dimensions and Purchase Intentions*, Journal of Computers, September Vol. 6. No.9

Yasin, Norjaya Mohd., Mohd Naseer Noor, & Osman Mohammad (2007), *Does image of country-of-origin matter to brand equity?* Journal of Product & Brand Management, Vol. 16. No. 1

### Daftar Website

Bella, Annisa (2018), *Di Balik Kesuksesan Merek Kecantikan Korea*, sebuah konten pada situs marketeers.com, diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 melalui Google

Innisfree (2018), *Brand concept Innisfree*, sebuah konten pada situs Innisfree.com, diakses pada tanggal 27 November 2019 melalui Google

Kompas (2017), *Ini 5 hal utama yang perlu anda ketahui tentang Innisfree*, www.Kompas.com, diakses tanggal 15 Oktober 2019 melalui Google

Simamora, Novita Sari (2019), *Pertumbuhan Innisfree capai 70% di Indonesia*, www.lifestyle.bisnis.com, diakses tanggal 15 Oktober 2019 melalui Google