

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe.” *Jurnal Visioner & Strategis* 7, no. 2 (2018).
- Amalia, Suri. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 6, no. 1 (2017): 660–69.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, dan Dodi Devianto. “Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1 (2019): 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>.
- Amron, Amron. “The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars.” *European Scientific Journal, ESJ* 14, no. 13 (2018): 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>.
- Ariadi, Akbar, Yusniar, Meina Wulansari, Rifani, Ahmad. “PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin).” *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, no. 3 (2019): 252–68.
- Arimbawa, Cokorda Agung Nata, dan I Ketut Rahyuda. “Peran Brand Image Sebagai Mediator Antara Country of Origin Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Produk Laptop Sony Vaio Di Kota Denpasar).” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4, no. 4 (2015): 879–97.
- Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Iriani. “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen (BISMA)* 6, no. 2 (2014): 139–47. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2774/1794>.
- Budiarti, Astra Prima, Yasri, dan erni Masdupi. “Pengaruh Country of Origin, Brand Familiarity, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Padang.” *Jurnal Praktis Bisnis* Vol. 8 No., no. 01 (2019): 1–10. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/d3fe>.
- Cahyaningrum, Febriani. “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth , Celebrity Endorser dan Country of Origin terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Studi Kasus Wardah House Semarang.” *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 2020, 851–71.

- Fajariah, Nuraidya, Armanu Thoyib, dan Fatchur Rahman. "Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 14, no. 3 (2016): 471–80. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.08>.
- Farisi, Salman. "Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara." *Publikasi Ilmiah*, 2018, 689–705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>.
- Gifani, Auliannisa, dan Administrasi Bisnis. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO pada Mahasiswa Universitas TELKOM." *Bisnis dan Iptek* 10, no. 2 (2017): 81–94. www.gadget.bisnis.com.
- Gurhan-Canli, Zeynep, dan Durairaj Maheswaran. "Cultural variations in country of origin effects." *JMR, Journal of Marketing Research* 37, no. 3 (2000): 309–17.
- Hasugian, Jimmi Tumpal Mangisi. "Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust." *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, no. 4 (2015): 923–37.
- Heri, Teguh, Widodo Stia, dan Yppt Priatim Tasikmalaya. "PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (Studi pada Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya)." *Indonesian Journal Of Education and Humanity* 2, no. 1 (2022): 73–78. <https://ijoehm.rcipublisher.org/index.php/ijoehm/article/view/59>.
- Hidayah, Nur, dan Anik Lestari Anjarwati. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN TEH BOTOL SOSRO DI SURABAYA TIMUR)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 1 (2018): 1–9.
- Hngau, Saturninus Andreas Adi Hanjaya, Sri Mintarti, dan Yohanes Kuleh. "PENGARUH BRAND LOYALTY DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA Saturninus Andreas Adi Hanjaya Hngau, Sri Mintarti, Yohanes Kuleh Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman." *Jurnal Kinerja* 9, no. 2 (2012): 37–44.
- Idris, Arin Ray, dan Ratih Tresnati. "Pengaruh country of origin terhadap minat beli smartphone Xiaomi (Studi kasus pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung)." *Prosiding Manajemen* 4, no. 1 (2018): 490–95.
- Imam, Ghozali. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 edition*. 5 ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.

- Indar Rahmani, Putri. "Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya)." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7, no. 2 (2018): 507–15.
- Isa Mulyadi, Alfi, dan Saifuddin Zuhri. "Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi 'MOENG KOPI' Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 109–24. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>.
- Isa, Muzakar, dan Robingaton Istikomah. "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI KOTA SURAKARTA." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* 21, no. 2 (2019): 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>.
- Islami, Dinda Shafira Gita, Dita Rahayu Berliana, Ivany Hikmatunnisa', dan Yudi Prayudi. "Penerapan Teknologi Informasi sebagai Penunjang Aktivitas pada Bidang Pemerintahan, Ekonomi Pembangunan, dan Pendidikan di Kapanewon Ngaglik." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2, no. 3 (2022): 959–76. <https://doi.org/10.54082/jamsi.360>.
- Izzati, Rosyida Rahma. "Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 2 (2019): 15. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1807>.
- Japarianto, Edwin. "PENGARUH RETAIL SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG MALL Di SURABAYA MELALUI PERCEIVED QUALITY DAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 17–26. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.17-26>.
- Kayawati, Lilis, Esa Kurnia, dan Universitas Singaperbangsa Karawang. "MEMBANGUN CITRA MEREK SESUAI KONSEP SYARIAH." *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 39–49.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. "Qur'an Kemenag." 2019. Diakses 30 Januari 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Kurniawan, Hironimus Hari. "Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4, no. 2 (2017): 228–39. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1703>.
- Listiana, Erna. "Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 1 (2012): 21–47.

- Masrukhin. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. 1 ed. Vol. 1. Kudus: Mibarda Publishing, 2017.
- Miati, Iis. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (2020): 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>.
- Mundiri, Akmal. “Strategi Membangun Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Pedagogik: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (2016): 58–72.
- Natakusuma Imam Raharjo, Dave, dan Diah Dharmayanti. “Pengaruh Brand Leadership Dan Perceived Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Personality Sebagai Variabel Perantara Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Merlion School Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 1 (2016): 1–10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.1-10>.
- Ni Nyoman Suarniki, Penta Lestari Budiati, dan Rizki Amalia Afriana. “PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE DI PT TELETAMA ARTHA MANDIRI).” *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 2 (2022): 278–87.
- Nurchayyo, Sofyan, dan Henny Welsa. “Pengaruh Country of Origin, Perceived Quality Dan Consumer Perception Terhadap Purchasing Intention Melalui Brand Image Sepeda Motor Honda Jenis Matic Di Kecamatan Bantul.” *Manajemen Dewantara* 1, no. 2 (2017): 12–24. <https://doi.org/10.26460/md.v1i2.376>.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 471–84. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>.
- Putra, Andi Satria Utama, Suharyono, dan M. Kholid Marwadi. “Pengaruh country of origin dan price terhadap keputusan pembelian.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 40, no. 2 (2016): 192–200.
- Rahmadani, Eka Lisna, Heni Sulistiani, dan Hamidy Fikri. “Rancang Bangun Sistem Informasi Akuntansi Jasa Cuci Mobil (Studi Kasus: Cucian Gading Putih).” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)* 1, no. 1 (2020): 22–30. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/53>.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.

- RIZAN, Muhammad, Basrah Saidani, dan YusiYana Sari. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel." *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia* 3, no. 1 (2012): 1–7.
- Rizka, Angga Lidiawan, dan Nur Laely. "Warmadewa Economic Development Journal Pengaruh Perceived Quality , Aesthetics dan Conformance." *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)* 5, no. 2 (2022): 40–53.
- Sari, Heni Lutfia, Rois Arifin, dan M Hufron. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo." *Jurnal Riset Manajemen* 53 (2018): 12–22.
- Sena, Fadhila Tety. "Jurnal Dinamika Manajemen VARIABEL ANTISEDEN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)." *jurnal dinamika manajemen (Jdm)* 2, no. 1 (2017): 70–77. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>.
- Sijabat, Rosdiana. "Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi Country Of Origin, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen* 17, no. 1 (2020): 57–80. <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.1779>.
- Sisnuhadi, Sisnuhadi, dan Stefanus Kevin Sirait. "Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 16, no. 1 (2021): 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Stanton, William J., dan Yohanes Lamarto. *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993.
- Sterie1, Wua Gloria, James D. D Massie2, dan Djurwati Soepono. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado." *Jurnal EMBA* 7, no. 4 (2019): 3139–48.
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Baru, 2015.
- Susanti, Febsri, dan Djohannes Saputra. "Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I SMKN 1 Painan." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2020): 1318–31. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/download>

/1151/1027.

- Tati, Putri Wahyu, Suharyono, dan Edy Yulianto. "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 SI Universitas Brawijaya* 25, no. 1 (2015): 86117.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan strategi merek*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Umar, Husein. *Metode Riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Vivian, Sarah. "Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbucks." *Jurnal Transaksi* 12, no. 1 (2020): 51–66.
- Wahyu Utami, Indah. *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2017.
- Wijaya, Gede Leo Satria Wijaya, dan Eka Sulistyawati. "Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Unud* 7, no. 9 (2018): 4686–4712.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1369224>.
- Wisudaningsi, Besse Arna, Irvana Arofah, dan Konstansius Aji Belang. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103–17.
<https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>.
- Yuliansyah, Anton, dan Timotius Dwi Handoko. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION J-KLIN BEAUTY JEMBER." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 2, no. 2 (2019): 292–301.
- Yusuf, Oik. "Alasan Xiaomi Bidik Milenial dan Mahasiswa di Pasar Indonesia." *Kompas.com*, 2020.
https://tekno.kompas.com/read/2020/09/08/16443867/alasan-xiaomi-bidik-milenial-dan-mahasiswa-di-pasar-indonesia?page=all&_gl=1*13jjp9b*_ga*MTU10DEzNDgxNS4xNjYwMzk3NjI1#page2.
- Zahro, A R, dan A Sampeliling. "Pengaruh country of origin dan

kesadaran halal serta harga terhadap minat beli.” *Jurnal Manajemen* 13, no. 1 (2021): 63–71.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9055%0Ahttps://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/9055/1208>.

