

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Z.U., Johnson, J.P. and Boon, L.C. 2004. “*Does Country of Oriin Matter for Low Involvement Products*”. *International Marketing Review* Vol. 21 No. 1 pp. 102-201.
- Alma, Buchari. 2007. “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”. Edisi Revisi. CV. Alfabeta. Bandung.
- Angela, F.M. (2015), Analisis pengaruh *country of origin perception, perceived quality dan consumer perception* terhadap *purchase intention* dengan *brand image* sebagai variabel intervening. *Conference in busniess, accounting and management*. ISSN 2302-9791. Vol. 2.
- Canon, Joseph P., Willia,D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. “Dasar-dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global”. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Fernandes, (2016) *Pengaruh Country Of Origin Image, Product Knowledge, Dan Product Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung*. . pp. 1-15. e-journal.uajy.ac.id
- Nurina Nadhifi Suria,2016, Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 1 September 2016
- Reza, Mahendra et.al (2021). *Pengaruh Country Of Origin, Product Knowledge Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Hp Di Kota Padang*. Diploma thesis,Universitas Bung Hatta.
- Setiawan, MB (2021). Pengaruh Citra negara asal produk dan pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS di Bandar Lampung. *EJurnal.Unila*.

- Susanti, Tri dan Emil Salim dan Marta WS. (2020). Determinasi Keputusan Pembelian Handphone Merk iPhone. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*. Vol 3. No 2. Hal 107-109.
- SR REINALDO (2018). bab ii tinjauan pustaka 2.1 Country of Origin Country of ORIGIN. *EJURNAL.UAJY.ac.id*
- Sumpu, Nofita dan L. Tumbel, Altje. 2018. “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung”. *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 4..
- Suryani, 2013, Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas Konsumenl, Skripsi Fisip UI. (Tidak Dipublikasikan)
- Sugiyono., (2012), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Wijaya, Gede SW dan Eka Sulistyawati. (2018). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Country Of Origin terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 7. No 9.