

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujianto. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal manajemen & kewirausahaan* Vol. 6, No.1
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan kesepuluh. Alfabeta, Bandung.
- Andespa, Roni. (2011). Minat Beli, *Learning is Never Ending Process*. <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2011/>. (Diakses 1 Januari 2020)
- Arifin., Fachrodji. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, Volume V, No. 1
- Basu Swasts, B., Dharmesta., Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Chih, C, Y., P. J. Lin dan C. S Chen. 2013. “*How Brand Image, Country Of Origin, and Self, Congruity Influence Internet Users, Purchase Intention. Society For Research*”, 41(4), pp 599-612.
- Choiru, rizka. *Jawara Pasar Smartphone Indonesia*.<https://technologue.id/ini-jawara-pasar-smartphone-indonesia-di-q2-2019-versi-idc/amp/>. (Diakses 7 November 2019)
- Dinata, J.S, Srikandi, K., Kadarisman, H. (2015). *Country Of Origin Dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas Dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli iPad di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 25 No. 1.
- Dewa, Chriswardana Bayu. (2015). Pengaruh Country Of Origin Produk Televisi LG Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Bianglala Informatika* Vol 3 No 1
- Faraditta, A, Mudiantono. (2015). Analisis Pengaruh *Country Of Origin Perception, Perceived Quality, Dan Consumer Perception Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Oli Fastron Di Kota Semarang)*. ISSN 2302-9791. VOL. 2 .
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Guennemann, Frank and Yoon C. Cho. (2014). *The Effectiveness Of Product Placement By Media Types : Impact Of Image And Intention to Purchase*. *Journal of Service Science*. Volume 7. Number 1.
- Hananto, K. (2015). Pengaruh *Brand Image* Dan *Country Of Origin Image* Terhadap Minat Pembelian Iphone. *Parsimonia*, Vol. 2. No: 13-2
- Istijanto. M.M., (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014). *Principle Of Marketing*. Edisi 15. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane., (2016). *Marketing Management* .Edisi 15e. New Jersey: Pearson Prentice Hall, inc.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua  
Belas. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip &.2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing (Global Edition)*. Edisi 16. England: Pearson.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi Milinium Cetakan kedua. Jakarta : Erlangga.
- Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Listiana, Erna. 2012. Pengaruh *Country Of Origin* terhadap *Perceived Quality* Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.8, No.1.
- Martono, M., dan S. R Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2, No. 2, pp. 687-699.

- Mendrofa, Yoseph Baniader. 2012. *Effect of Product Knowledge and Brand Image to Purchase Intention with HP Laptop Brand Price Discounts as Variables Moderated in Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA), Vol. 1, No. 4. 1-6.
- Permana, Haryanto. (2014). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. Jurnal Manajemen Volume XVIII, No. 03: 365-380.
- Rizky, M.F., dan H Yasin. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Jurnal Manajemen & Bisnis. Vol. 14 No. 02, pp. 135- 143.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen, Edisi 2, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Setianingsih, W.,(2016). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Oppo. Jurnal Program Studi-S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta
- Sanyal, Shamindra Nath., dan Saroj, Kumar Datta. 2011. *The Effect of Country Origin on Brand Equity: An Empirical Study on Generic Drugs*. *Journal of Product & Brand Management*. Vol. 20, No. 2: 130-140.
- Subagio, Ahmad. 2010. Marketing In Business, edisi pertama. Jakarta : Mitra wacana media.
- Sutojo, siswanto. 2009. Manajemen Pemasaran, edisi kedua. Jakarta: Damar mulia pustaka.
- Tjiptono, Fandy, 2008. Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 1. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono Fandy (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Vionita, Vinnia T dan Yunita Trihapsari S. 2013. Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen di Family Karaoke Keluarga. Student Journal of Manajemen Perhotelan - Universitas Petra.
- Websindo. (2019). Indonesia Digital Tinjauan Umum. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum>. (Diakses 7 November 2019).
- Wikipedia.(2020).Perusahaan Oppo. <https://id.wikipedia.org/wiki/OPPO>. (Diakses 7 November 2019)
- Wibisaputra, Adiztya. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Yanthi, K.P., I Made, J. (2015). Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4, No. 11, 3852-3881.
- Yasin, N.M., Noor, M.N. and Mohamad, O. (2007).*Does Image of Country of Origin Matter to Brand Equity. Journal of Product and Brand Management*. Vol. 16 No. 1, pp. 38-48.
- Ye, L. Ricard and Zhang, Hao Hong, 2014. *Sales Promotion and Purchasing Intention: Applying the Technology Acceptance Model in Consumer-to-Consumer Marketplaces. International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol 4, No. 3.