

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2003). Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra merek dan minat beli pada produk kosmetik wardah. *Diponegoro journal of management*, 6, 1–14. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agrawal, Jagdish dan Wagner A. Kamakura, 1999. "Country Of Origin: A Competitive Advantage?". *International Journal of Research in Marketing*. 255-267.
- Alfiyah Nuraini, Ida Maftukhah. 2015. pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* pada kosmetik wardah di kota Semarang. *Management analysis journal* vol4. No.2.
- Alma, Buchari. 2007. manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Alfabeta. Bandung.
- Bagas Ponco Kinasih. 2020. Pengaruh *Country Of Origin* dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian smartphone vivo melalui *Brand Image* sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa sarjanawiyata tamansiswa). *Jurnal Ekobis Dewantara* vol.3 no.1 januari 2020.
- Belch, Gorge. & Belch, Michael A. 2004. *Advertising and promotion: An integrated marketing communication prespective* New York: Mc.GrawHill/Irwin..
- Dedhy Pradana, Syarifah Hidayah, Rahmawati. 2017. Pengaruh harga, Kualitas
- Femmy Effendy, Ratih Hurriyati, Lili adi wibowo. 2020. Analisis pengaruh *Celebrity Endorser* dan inovasi produk terhadap Keputusan Pembelian handphone oppo dengan intervening *Brand Image*. *Jurnal ilmu manajemen dan bisnis* vol.11 no.2.
- Frisdinawati, Dwita. 2012. Analisis sikap dan perilaku konsumen terhadap produk donat paket Surya Bakery di kota Bengkulu. *Jurnal agrisepe*, no.11 vol.2.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Jr., R.E. Anderson, R.L., Thatam & W.C. Black, (1998), *Multivariate Data Anaysis*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Halonen-knigth Elina dan Leila Hurmerinta. 2010. "who endorser whom? Meanings transfer in celebrity endorsement". *Journal of product & brand management* vol.19
- Hartono. (2016). Pengertian dan Penggunaan Selebritis Sebagai Endorser. [Gomarketingstrategic.Com](https://www.gomarketingstrategic.com/pengertian-dan-penggunaan-selebritis-sebagai-endorser/). <https://www.gomarketingstrategic.com/pengertian-dan-penggunaan-selebritis-sebagai-endorser/>

- Irwanty L Situmorang,2017. Pengaruh Kualitas produk dan iklan terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian. JOM Fekom vol.4 no.1.
- Jelitta Safitri Nababan.2019. Pengaruh Kualitas produk dan *word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*.
- Keegen, Waren.J. dan Mark.C.Green. 2013. *Global marketing Harlow: Pearson*.
- Keller,KL.2003. *Strategic brand management, building measurement and managing brand equity, upper Sadle River, Nj pearson Education international*.
- Khotler, Philip and Kevin Lane, Kiler.2016. *Marketing management. 15 ed pearson Education Limited. New York*.
- Khotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. Manajemen pemasaran. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong.2012. Prinsip-Prinsip pemasaran 2. Edisi 12 Erlangga.Jakarta.
- Kotler P Amstrong G.2010. prinsip-pinsip pemasaran (13th ed). Jakarta: penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong.2008. Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 Edisi ke-12. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Buku Dua. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Salemba Empat. Bilkey WJ, Nes E., 1982." Country of Origin Effects on Product Evaluations". Journal of International Business Studies. 13(1):89-99. [5] Cheng, Shih-I, Hwai-H
- Kotler, Philip.2002. *marketing management new jersey: The millennium edition, prenticeHall international edition*.
- Laroche Michael,Nicholas Papadopoulos, Louise A Heslop, and Mehdi mourali.2005. *The influence*.
- Lupiyoadi,Rambat.2001. Pemasaran jasa. Jakarta: penerbit salemba empat.
- Moeed Ahmad Sandhu , Syeda Shawana Mahasan and Asad ur Rehman, 2014. The Impact Of Brand Image and Celebrity Endorsement On Consumers Purchase Preference for Fashion Product.Journal Indian Streams Research. 4(2): h: 1-10
- Mowen, J. C. dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mulianda Lestari, Wahyono 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan promosi online terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*. Management nalysis journal vol.10 No.2.
- Nasution,M.N.2005. manajemen mutu terpadu: *Total quality management*, edisi kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.

- Nunnally, Bernstein, I.H. 1994. *Psychometric Theory, Edisi ke 3, New York : McGraw Hill.*
- Nurina Nadhifa Suria, Andriani Kusumawati, Edriana Pangestu.2016. Pengaruh *Country Of Origin* terhadap *Brand Image* dan dampaknya bagi Keputusan Pembelian (studi pada uniqlo di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis* vol.38, No.1.
- Sarah Fahira,Tuti Hartati,Hafriza Amir.2019.”pengaruh *Brand Image* dan harga terhadap Keputusan Pembelian mascara Maybelline (studi kasus pada mahasiswa administrasi niaga politeknik negeri Jakarta). *Epigram* vol.16 no.2 oktober 2019.
- Satria, A., Putra, U., & Mawardi, M. . (2016). Pengaruh Country Of Origin Dan Price
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis:Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610
- Shimp,Terence.A.2003. Periklanan dan promosi: aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu. Ahli bahasa Revyani Syahrial dan Diyah Anikasari . Edisi.5 jilid.1 Jakarta: Erlangga.
- Sri Bulan Batubara.2020. Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variabel intervening.
- Sumarwan, Ujang.2011. perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran edisi kedua. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Suria, Nurina Nadhifi, Andriani Kusumawati, dan Edriana Pangestuti.2016. pengaruh *Country Of Origin* terhadap *Brand Image* dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal administrasi bisnis*. Vol.38 no.1.
- Suryadi,D.2011. promosi efektif “mnggugah minat & loyalitas pelanggan”. Jakarta: PT. suka buku.
- Sutisna.2003. perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Swastha, Basu dan Irawan.2008. Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tati, Wahyu Putr, Suharyono dan Edy Yulianto.2015. pengaruh *Country Of Origin* dan *global Brand Image* terhadap niat beli dan Keputusan Pembelian(surver yang membeli produk smartphome merek Samsung galaxy di asia tengara). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol.25 no.1.
- Temporal, P. dan K.C. Lee. 2002. Hi Tech Hi Touch Branding. Jakarta: Salemba Empat.
- Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Xiaomi di Indonesia , Malaysia , Singapura dan Filipina), 40(2), 192–200.

Tjiptono, Fandy. 2007. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.

Wicaksono, Muhammad.2007.Analisis bauran pemasaran terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Jakarta: Bumi Aksara.

Xian, Gou Li, dkk.2011. *corporate- and user-image dimensions and purchase intentions. Journal of computers, 6(9);*

Yodi Anta Pong Masangka,Imannudin Hasbi.2019. pengaruh *Country Of Origin* dan *perceived quality* terhadap Keputusan Pembelian pada mobil wuling di kota Bandung.e-proceeding of management: vol.6, no.3 desember 2019.

Zeitharnl, Leonard L. Berry, and A. Parasuraman. 1996. "The Behavioral Consequences of Service Quality." *Journal of Marketing* 60 (April): 31-46