

DAFTAR PUSTAKA

BUKU DAN JURNAL

- Agung , Weily Karuna Hartawan. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Perusahaan Kreasi Gemilang*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 1.
- Ahmatang, Saputri I. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Made In Korea Pada Mahasiswa Di Kota Tarakan*.
- Akbar M A. (2021). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Udang Irawan di CV.Windu Lesatari*. Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya.
- Amelia dan Ronald. (2022). *Paradigma Nilai Pelanggan: Produk vs Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Amin A, Yanti R. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi.
- Amrullah M. (2019). *Pengaruh Country Of Origin dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Word Division*. e-Proceeding of Management.
- Amstrong, Garry et.al. (2015). *Marketing An Introduction*. Pearson Education:Canada.
- Andriana R. (2014). *Minat Konsumen Terhadap Perawatan Kulit Wajah dengan Metode Mikrodemarbrasi di Viota Skin Care Kota Malang*. E-Journal.
- Aufar R. (2017). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship, Brand Ambassador dan Country Of Origin Terhadap Buying Decision (Studi Pada Produk Smartphone Oppo di Kota Semarang)*.
- Azis F, Rachma N, Hufron M. (2020). *Pengaruh Country Of Origin dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma)*. E-Jurnal Riset Manajemen.
- Basri A I, Prasetyaningsih R, Tisya V. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat “3 IN 1”: Edukasi Pemanfaatan Limbah Kulit Pisang Menjadi Masker Wajah Organik*. Jurnal Pkm Pemberdayaan Masyarakat.
- Chandra C dan Keni. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis.

- Davidson H, Suwanto, Nasikah D. (2021). *Pengaruh Country Of Origin dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Import di Kota Metro*. Jurnal Ilmu Manajemen Retail.
- Ernawati S. (2018). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. Garuda Indonesia Cabang Bima*. Jurnal Akrab Juara.
- Fatina S, Hidayat N, dan Saidani B. (2021). *Bagaimanan Peran Negara Asal, Kualitas Produk dan Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Korea*. Jurnal Bisnis Manajemen dan Keuangan.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Fitri R, Sulaeman E. (2021). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica, Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Cair*. Jurnal Ilmiah MEA.
- Gustini S. (2018). *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Mie Goreng Merek Mie Sedaap Dan Indomie*.
- Hakimah E N. (2016). *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Kediri Tahu Merek "POO" Pada Pengunjung Toko Pusat Oleh-Oleh Kota Kediri*. Jurnal Nusamba.
- Hanum Z, Hidayat S. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan*. Jurnal Bisnis administrasi.
- Imron M, dkk. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Eiger (Studi kasus Mahasiswa FEB Unisma)*. Jurnal Riset Manajemen.
- Iswandi M, Ester S. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Supermakaet Gelael MT Haryono*. Jurnal Gici.
- Janna N M. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Julyanthry dkk. (2022). *Perilaku Konsumen: Implikasi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Kasmadi, Sunariah N. (2016). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

- Kridani M S. (2020). *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing*.
- Kristinawati A, Keni. (2020). *Pengaruh Brand Image, Perceived Quality Dan EWOM Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota*.
- Kumbara V B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan.
- Kurniani A T, Priansa D J. (2017). *Analisis Swot Sebagai dasar Perumusan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Produk Indihome PT.Telekomunikasi Indonesia Witel Solo)*.
- Kurniawan, Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Pandiva Buku. Yogyakarta.
- Kristinawati A, Keni. (2020). *Pengaruh Brand Image, Perceived Quality Dan EWOM Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota*.
- Lubs B O, Salim A, dan Jefi. (2020). *Evaluasi Usability Sistem Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Use Questionnaire*. Jurnal Saintekom.
- Manggu B, Beni S. (2021). *Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang*.
- Marhawati. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Tahta Media Grup.
- Masangka Y, Hasbi I. (2019). *Pengaruh Country Of Origin dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Wuling Di Kota Bandung tahun 2019*. e-Proceeding of Management.
- Mirabi et al. (2015). *A Study Of Factors Affecting On Customers Purchase Intention*. Journal Of Multidisciplinary Engineering Science and Technology.
- Musa M. (2017). *Pengaruh Esensi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Nur D, Dirgantara I. (2022). *Brand Personality, Self Congruence, Perceived Quality, Perceived Price dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sepatu Vans di Semarang*. Diponegoro Journal Of Management.
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Cetakan ke 1. Gramasurya. Yogyakarta.
- Nursiti, Fameira A. (2019). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Ambassador, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millenial Pada*

- Produk Nature Republik Aloe Vera 92% Soothing Gel di Jakarta. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan.*
- Octaaviyah L. (2019). *Brand Awareness dan Perceived Quality Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Ikan Kaleng Mackarel ABC (Studi di Wilayah Kota Surabaya Timur).* Jurnal Ilmu Manajemen.
- Pandiangan K, Masiyono, dan Atmogo Y. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity, Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty.*
- Permana M, Haryanto J. (2014). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian.*
- Pradani, Eka yuniar dan Sri Setyo Iriani. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang.*
- Pratama Y, Hasanah N. (2017). *Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Universitas Borneo Tarakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Borneo Tarakan).*
- Pristiyono (2015). *Pengaruh Proses Pemberian Kredit Terhadap Minat Nasabah Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Komplek Tasbi Medan.* Jurnal Ecobisma.
- Putra A, Suharyono, dan Mawardi M. (2016). *Pengaruh Country Of Origin Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Putra I, Suprpti S. (2019). *Pengaruh Persepsi Asal Negara (Country Of Origin) Terhadap Niat Beli Yang dimediasi Citra Merek.* E-Jurnal Manajemen.
- Putri Nurul Amalia dan Diyan Lestari. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta”* Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol 1, No.1.
- Putri T, dkk. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe di Kota Padang.*
- Rahmawati I, Hidayah I N. (2021). *Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality, Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappucino.*
- Raldianingrat W, Fitria. (2022). *Pengaruh Marketing Mix dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Donat Kentang Madona Di Kecamatan Unaaha.*
- Ramdani M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.*

- Saleh M Y, Said M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Satrio G A, Astuti S R. (2016). *Pengaruh Perceived Quality, Country Of Origin, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV Gading Makmur Di Jepara*. Diponegoro Journal Of Management.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* Edisi 11 Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Sholihat W. (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sihotang M, Umayyah E. (2021). *Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Sijabat R. (2020). *Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi Country Of Origin, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Simamarta H dkk. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, Sandu. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan ke 1. Literasi Media Publishing. Yogyakarta.
- Solomon, Michael R. 2013. “*Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*”, Tenth Edition. Harlow: Pearson Education.
- Sugiarti I. (2017). *Aplikasi Perawatan Wajah Berdasarkan Jenis Kulit Wajah*. Sinki-Techsain.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2014). “*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*”. CAPS (Center of Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Tanjung A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa.
- Wailan R, dkk. (2021). *Pengaruh Karakteristik Individu Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Esta Group Jaya Manado*. Jurnal EMBA.
- Yolanda R, Hardilawati W L, dan Hinggo H T. (2021). *Pengaruh Perceived Quality, Customer Relationship Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen*. Economics, Accounting and Business Journal.

WEBSITE

<https://www.cekindo.com> [Diakses 05 April 2022]

<https://www.topbrand-award.com> [Diakses 10 Juni 2022]

<https://www.martinaberto.co.id> [Diakses 28 Juni 2022]

https://shopee.co.id/Sariayu_marthatilaar [Diakses 06 Agustus 2022]

<https://mashmoshem.co.id> [Diakses 06 Agustus 2022]

<https://entrepreneur.bisnis.com> [Diakses 07 Agustus 2022]