

DAFTAR PUSTAKA

- Atika, Cinthya. 2018. “Pengaruh Negara Asal, Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di Kota Bandar Lampung” *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1, No. 11, hal: 1-12.
- Djarmiko, Tjahjono dan Pradana, Rezza, 2016, “Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision” *Procedia Social behavioral Science*, 219, hal: 221-227.
- Fatih, Muhammad Fardan A., Suharyono, dan Mawardi, M. K., 2016, “Analisis Citra Merek Berdasarkan Country of Origin (Studi Tentang Citra Merek Smartphone Asal Amerika Serikat dan Asal China pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 39, No. 1, hal: 42-50.
- Fyk/ash. (2014, Juni 9). *Mengenal Xiaomi, Bukan Ponsel China Biasa*. Retrieved from Detik: <https://inet.detik.com/consumer/d-2603083/mengenal-xiaomi-bukan-ponsel-china-biasa>
- Fatmawati, N dan Soliha, E. 2017. “Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol 10, No. 1, Hal: 1-20.
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., dan Devita, L. D. R. 2018. “Pengaruh *Country of origin* terhadap Brand Image dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia)” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58, No. 2, hal. 110-118.
- Godey, B., *et al.* 2012. “Brand and country-of-origin effect on consumers’ decision to purchase luxury products” *Jornal of Business Research*, Vol. 65, pp. 1461-1470.
- Heine, K., Atwal, G., and He, J. 2018. “Managing country-of-origin affiliations for luxury brand-building in China” *Australian Marketing Journal*, Vol. 30, pp. 1-10.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. English: Pearson Education Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principle of Marketing, 17 Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller. Kevin L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ke 13*. Jakarta: PT Indeks.

- Listiana, E. Dan Elida, S.S. 2014. "Pengaruh Country of Brand dan *Country of origin* terhadap Asosiasi Merek (Studi pada Pelanggan Produk Elektronik)" *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 29, No. 1, hal: 1-14.
- Listiana, Erna. 2012. "Pengaruh *Country of origin* terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 1, hal. 21-47.
- Peter, J.P. & Olson, Jerry C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspitayani, Intan Margiyawati dan Yuniawan, Ahyar. 2015. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola di Kecamatan Semarang Selatan" *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 4, No. 4, hal: 1-14.
- Putra, A.S.T., Suharyono, dan Mawardi, M.K. 2016. "Pengaruh *Country of origin* dan Price terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Konsumen Xiaomi di Indonesia, Malaysia, Singapura dan Filipina)" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40, No. 2, hal. 192-200.
- Ruslim, Archi C., dan Tumewu, Ferdinand J. 2015. "The Influence of Advertisement, Perceived Price, and Brand Image on Consumer Buying Decision to Asus Mobile Phone" *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 3, hal. 393-401.
- Sari, Hutami Permita dan Rahmawaty, Penny. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Smartphone di DIY)" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 3. Hal: 222-237.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Perilaku Konsumen, Edisi 8*. Jakarta: PT Indeks.
- Supriyadi, Fristin, Y., dan Indram G.K.N. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, hal. 135-144.
- Suria, N.N., Kusumawati, A., dan Pangestuti, E. 2016. "Pengaruh *Country of origin* terhadap Citra Merek dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo di Jakarta)" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 38, No. 1. Hal. 148-156.
- Tati, P. W., Suharyono dan Yulianto, E. 2015. "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*, Vol. 25, No. 1, hal. 1-10.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Vianita, Shabrina dan Rosinta, Febriana. 2014. "Pengaruh *Country of origin* terhadap Brand Image Kosmetik Korea Selatan pada Mahasiswi Program

Sarjana FISIP UI (Studi pada Pembelian Online dan Offline Merek Etude House)” *Jurnal FISIP Universitas Indonesia*, hal 1-21. Rangkut, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Zul (2015). *Ini Penyebab Harga Barang di China Sangat Murah*. Diambil kembali dari Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2915897/ini-penyebab-harga-barang-di-china-sangat-murah>, diakses pada 10 Maret 2019, pukul 21:44 WIB.