

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I. 2015 pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12.*
- Chandra, G, Tjiptono, F & Chandra, Y .2004. Pemasaran Global Internasionalisasi dan Internetisasi : ANDI.
- Darmawan & Deni, 2013. Metode penelitian Kuantitatif Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ekawati, P . 2015 Perbedaan minat beli konsumen berdasarkan negara asal (country of origin) dan fitur produk pada produk smartpone. *Parsimonia, Vol 2 No.1. april 2015 : 35-44 issn : 2355-5483*
- Fure, F .2015. Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di J.CO manado. *Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal.367-377*
- Isyanto, P. 2012. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone blackberry pada mahasiswa ekonomi universitas singaperbangsa karawawang. *Jurnal Manajemen Vol.09 No.4 Juli 2012.*
- IBI DARMAJAYA. 2016. *Panduan Penyusunan Karya Ilmiah.* Jurusan Manajemen
- Kotler, P., & Keller.,K.L 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid. 1. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller.,K.L 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid. 2. Jakarta.
- Kusumaningtyas, G, D, Suharyono & Abdillah, Y .2017. pengaruh country of origin terhadap persepsi kualitas dan dampaknya pada minat pembelian (studi pada calon konsumen yang berminat membeli mobil Toyota avanza di Jakarta) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 43 No. 1 Februari 2017*

- Listiana, E. 2012. Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.8, No.1: hal. 21–47, (ISSN:0216–1249)*
- Nanang & Martono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Analisa Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Peter, J,P & Oslon, j, C. Prilaku konsumen dan strategi pemasaran edisi 9. Buku 1. Salemba empat.
- Peter,J,P &. Oslon, J, C. Prilaku konsumen dan strategi pemasaran edisi 9 buku 2 . Salemba empat.
- Putri, Rizky L & Fajrianti. 2012. “Pengaruh Reputasi Negara Asal (Country Of Origin Reputation) Terhadap Kepercayaan (Trust) Pada Pembeli Produk Elektronik Merek Changhong China”. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi. Vol. 1 No. 02.*
- Sugioyono . 2016. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. cetakan ke 24. Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2014 . Studi kelayakan bisnis . caps (center of academic publishing service).
- Suria,N,N, Edriana,A,K & Pangestuti. 2016. pengaruh country of origin terhadap citra merek dan dampaknya bagi keputusan pembelian (studi pada konsumen uiqlo di Jakarta) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 38 No. 1 September 2016.*