

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Ago, G., Suharno, Mintarti, S., & Hariyadi, S. (2015). Effect Of Product Quality Perception , Trust , And Brand Image On Generic Drug Buying Decision And Consumer Satisfaction Of Hospital Patientsi In East Kalimantan. *European Journal of Business and Management*, 7(14), 50–69.
- Amron, A. (2018a). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.14738/abr.64.4374>
- Amron, A. (2018b). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Budhyawan, T. (2017). Sciences and humanities. In *Journal of the Royal Institute of Chemistry* (Vol. 83, Issue MARCH).
- Darajat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 51–57.
- Dewi, W. S., Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2).
- Dinata, J. (2015). Country of Origin dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 25(1),

86116.

- Elarbah, L. A., & Shebli, N. M. (2019). The Relationship Among Country-of-Origin, Quality of The Product and Buying Decision: A Case Study of The Turkish Clothes on Libyan Market. *The International New Issues In Social Sciences*, 8(1), 93–114.
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., & 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*, 58(2), 110–118.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Ismi, A., Kuleh, J., & Wahyuni, S. (n.d.). *Experiential marketing dan perceived quality*.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Izzuddin, S., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Persepsi Kualitas Serta Dampaknya Kepada Minat Beli Sepatu Wakai (Survei Online Pada Masyarakat Kuala Lumpur Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 188–194.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Quadrant.
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Country of Origin dan Online customer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo

- Smartphon. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 64–78.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1383–1389.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2016). Principles of marketing (11 ed.). *New York: Pearson International*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kristanto, A. N., & Sarjono, H. (2012). *Pendekatan Spss Vs Lisrel*. 3(1), 70–82.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian STUDI PADA KONSUMEN ALAT MESIN PENGOLAH KOPI DI PT. KARYA MITRA USAHA. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Maulidiyah, siti naifatul, & Lukiana, N. (2017). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, dan Country of Origin.... *Ilmu Manajemen Advantage*, 01(1), 26–39.
- Mayasari, A., Muflihah, N., FA, F. A. N., & ... (2020). Pengembangan Usaha Batik Jatipalem Jombang Menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Structural Equation Model (SEM). *Cyber-Techn Edisi ...*, 14(02), 1–9. <https://ojs.stt-pomosda.ac.id/index.php/April20/article/view/173>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nainggolan, T. N., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Puji, H., Ardiana, D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Kusuma, A. H. P., Rumondang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Janner Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma*

- (*Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*), 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 16–30.
<https://doi.org/10.33376/ic.v1i1.354>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–11.
- Putra, A. S. U., Suharyono, & Marwadi, M. K. (2016). Pengaruh country of origin dan price terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 192–200.
- Rahmawati, A. D., Suharyati, & Manggabarani, A. S. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal KORELASI I (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 709–721.
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). How Trust and Quality of Information Affect Buying Interest and Purchasing Decisions? (study on Shopee customers in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 95–102.
<https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.910>
- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core IT*, x, 95–106.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Santika, I. W. (2018). *Pengaruh Product Quality, Brand Equity dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Obat Nyamuk Vape Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia Persaingan bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin dinamis, kompleks dan*. 7(2), 674–700.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk*

dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (studi pada pelanggan mcdonald's mt. haryono malang). 15(1), 1–10.

Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Refka Aditama.

Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4738>

Sulistiowati, W. N., Ibrahim, M. B. H., Irawan, A., Mansur, M., & Pasolo, F. (2021). Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembeli Produk Madu Bina Marga Wamena). *Jurnal Manajemen*.

Sunarto. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S*. V(June), 35–43.

Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial* (Giovanny (ed.)). ANDI.

Suwarman, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (R. Sikumbang (ed.); 2nd ed.). Ghalia Indonesia.

Tati, P. W., Suharyono, & 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 S1 Universitas Brawijaya*, 25(1), 86117.

Trihastuti, A. E. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish.

Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.

Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) Proceeding*, 2, 170–178.

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(40), 3.

Website

Website Kementerian Perindustrian, kemenperin.go.id

Website Top Brand, www.topbrand-award.com

www.antaraneews.com

www.cnbIndonesia.com

www.cnnIndonesia.com

www.jurnal.id

www.kabarindo.com

www.kompas.com

www.kompasiana.com

www.kumparan.com

www.lokadata.id

www.pelakubisnis.com

www.sindonews.com

www.statistikian.com

www.topbrand-award.com