

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N. (2017). 'Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Minat Beli pada Produk Smartphone Samsung (Survei pada PT. Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru)', *Journal of Marketing FISIP*, Volume 4, hlm. 1-8.
- Cateora, P.R & Graham, J.L. (2007). *Pemasaran Internasional Edisi 13 Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Edisi 3*, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Edisi 5*, Semarang: CV. Indoprint.
- Gunawan, F.A & Dharmayanti, D. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan dan Endorser Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening*, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume II, hlm. 1-14.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, F.L. (2015), 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Niat Beli Konsumen', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 4, hlm. 1-16B.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Jakarta: PT. Buku Seru.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, The United States of America: Kendallville.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Lovelock, C, Wirtz, J & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi 7*, Jakarta: Erlangga.
- Manorek, S.L. (2016), 'The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone)'. *Jurnal Berkala Ilmiah*, Volume 16, hlm. 661-670.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Predana Media Group.
- Noor, J. (2014). *Analisa Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Permana, M.S & Haryanto, J.O. (2014). 'Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian', *Jurnal Manajemen*, Volume XVIII, hlm. 365-380.
- Retnowulan, J. (2017), 'Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi', *Jurnal Cakrawala*, Volume XVII, hlm. 139-145.
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Setiawaty, N.A. (2017), 'Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa a/i Universitas Gunadarma, Depok)', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 22, hlm. 47-56.
- Setyaningrum, A, Udaya, J & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneural Marketing dan E-marketing*, Yogyakarta: ANDI.
- Shahrokh, Z.D & Azodi, A.D. (2013). 'The effect of Country of Origin Image on Brand Equity and Purchase Intention, Journal of Applied Environmental', ISSN: 2090-4274, page. 52-61.