

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rifa'i Maksum., Rois Arifin., M. Hufron. 2016. Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening. *e-jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, Vol .54, No. 2: 1-11
- Amalia Ghaizani A., Edriana Pangestuti., Lusy Deasyana Rahma Devita. 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 (JAB)*, Vol.58 ,No.2: 1-19
- Asad Javed. 2018. Impact of Country-of-Origin on Product Purchase Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research - An Open Access International Journal*, Vol.1, No.3: 1-25
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ayu Sagia., Syafrizal Helmi Situmorang. 2018. Pengaruh Brand Ambassador, Brand personality dan Korean wave Terhadap Keputusan Pembelian produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.5, No.2 : 1-12
- Bruno Godey., Daniele Pederzoli., Gaetano Aiello. 2017. Brand and Country of origin effect on consumer decision to purchase cosmetic products in Binjai City. *Journal of Business Research*, Vol.3, No.1: 1-17
- Dewa Putu Irwan Darma Putra., Gede Suparna. 2019. The Role of Brand Image Mediates The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions. *International Journal of Management and Commerce*, Vol.3, No. 1: 1-21 ISSN 2348-7585 (Online)
- Dwi Agung Wicaksono., Hadi Sumarsono., Adi Santoso. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 3, No. 1: 1-10
- Elvina Marsha Devita M.Y., Dwi Hayu Agustini. 2019. Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House. *Journal Of Management and Business Environment*, Vol.1, No.4: 1-17 ISSN 2685-5992 (online)
- Faris Nur Fadhiilah., Sunarti. 2018. Pengaruh Country Of Origin Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.54 ,No.1: 1-19

- Felicia Wang., Evo Sampetua Hariandja. 2016. The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision. *International Conference on Entrepreneurship*, Vol. 3, No.1: 1-14
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gede Leo Satria Wijaya., Eka Sulistyawati. 2018. Peran Brand Image memediasi pengaruh country of origin terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No.9: 1-13
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto & Abdillah. 2015. *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modelling (SEM)*. Yogyakarta : Andi.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Kaller. 2016. *Marketing Management*, Edisi 15. Jakarta : Intermedia
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum. Jakarta : Intermedia
- Panji Usmar Wicaksono., Mudiantono. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* , Vol. 6, No.2: 1-11
- Pedoman Penyusunan Skripsi. 2019. Prodi Manajemen FEB UMK.
- Putri Wahyu Tati., Suharyono., Edy Yulianto. 2015. Pengaruh Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, No.1: 1-10

- Rizki Kurniawan., Ratmono., Nani Septiana.2018. Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemelian dan brand image pada Kartu Paket Data Internet Telkomsel. *Jurnal DINAMIKA*, Vol. 4, No. 2 : 1-15
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L. L. L.,2015.*Consumer Behavior*, Edisi 11. Global Edition.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta Pamudyaning Rizki., Mudiantono. 2016. Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* Vol.5, No.2: 1-12
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi
- _____. 2015 . *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Wua Gloria Sterie., dkk.2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel Di Manad. *Jurnal EMBA*, Vol.7, No.4: 1-9
- Zilfiyah silmi N., Rachma ., M. Hufron. 2017. Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *e – Jurnal Riset Manajemen prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, Vol.12, No.1 : 1-14
- <http://katadata.co.id> diakses pada tanggal 13 Agustus 2020
- <http://www.apji.or.id> diakses pada tanggal 5 Agustus April 2020.
- <http://www.detik.com> diakses pada tanggal 12 Agustus 2020
- <http://www.indosatOoredoo.com> diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.
- <http://www.kompas.com> diakses pada tanggal 15 Agustus 2020
- <http://www.topbrand-award.com> diakses pada tanggal 7 Agustus 2020.