

REFERENCES

- Adenan, N. M. (2018). *Country of Origin, Brand Image, and High Involvement Product Toward Costumer Purchase Intention: Emperical Evidence of East Malaysian Consumer*. . Science Direct.
- Annisa, N. &. (2017). *Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Minat Beli pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada PT Samsung Electric Indonesia Cabang Pekanbaru)*. Avaiable at Universitas Riau.
- Dinnie, K. (2003). *A Literature Review Country Of Origin*. Japan: Temple University Japan.
- Fardan, M. (2016). *Analisis Citra Merek Berdasarkan Country Of Origin (Studi Tentang Citra Merek Smartphone Asal Amerika Serikat dan Asal China Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. Malang: FE UB.
- Ferrina, D. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Galandari, K. &. (2012). *The Effect of Country of Origin on Purchase Intention: The Role of Product Knowledge*. Avaiable at Maxwellsci.com.
- Gobe, M. (2003). *Emotional Branding*. Jakarta: PT Erlangga.
- Godey, B. e. (2012). *Brand and Country of Origin Effect on Consumer Decesion to Purchase Luxury Product*. Avaiable at Science Direct.
- Gregorius, F. T. (2004). *Pemasaran Global*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gregorius, F. T. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hananto, K. (2015). *Pengaruh Brand Image dan Country of Origin Image Terhadap Minat Beli Iphone (Studi pada Mahasiswa kota Malang)*.
- Hananto, K. (2015). *Pengaruh Brand Image dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Iphone di Kota Malang)*. Malang: FE UMC.
- Idris, A. R. (2018). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. .
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kusumanigtyas, G. D. (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)*.
- Limandri, L. (2019). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi dan Terhadap Minat Beli Bukan Pengguna Xiaomi di Bandung*. Avaiable at Universitas Katholik Parahyangan.

- Masangka, Y. A. (2019). *Pengaruh Country of Origin dan Perceive Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Wuling di kota Bandung. Avaiable at Telkom University.*
- Mowen, J. (2001). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT Erlangga.
- Nadia, N. S. (2016). *The Influence of Country of Origin on Consumer Purchase Intention: The Mobile Phone Brand from China. Avaiable at Science Direct.*
- Olsson, K. (2012). *Brand Gap and The Effect Of Country of Origin.* Swede: Mardalen University Sweden.
- Putri, I. M. (2019). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Smartphone Huawei di kota Bandung).*
- Rafida, V. &. (2017). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli dengan Perceive Quality sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Artomoro Seluler kota Madiun).* Avaiable at Universitas Negeri Surabaya.
- Sangadji, E. d. (2013). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sekar Sari, C. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek.* Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta
- Suria, N. (2016). *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo di Jakarta).* Malang: FE UB.
- Surya, N. N. (2016). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Citra Merek dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Uniqlo Jakarta) .*
- Taqwa, I. (2016). *Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Perceive Quality Terhadap Minat Beli Mobil Toyota di Yogyakarta.*
- Taqwa, I. (2016). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality.*
- Tulipa, D. (2015). *The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya Indonesia. . Mediterranean Journal of Social Science.*
- Vianita, S. (2014). *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Brand Image Kosmetik Korea Selatan Pada Mahasiswi Program Sarja FISIP UI (Studi Pada Pembelian Online dan Offline Merek Etude House).* Depok: FE UI.