

## DAFTAR PUSTAKA

- aditya Wardana, E. B. (2020). *Perilaku Konsumen ( Teori dan Implementasi)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Amruddin, I. W. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Andrian, C. I. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Andriasan Sudarso, A. Z. (2020). *Manajemen Merek*. Yayasan Kita Menulis.
- Chairul Pua Tingga, Z. A. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dani Nur Saputra, N. L. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian* . CV. Feniks Muda Sejahtera .
- Dr. Dewi Tenty Septi Artiany, S. M. (2018). *Merek Kolektif Produk Koperasi Ekonomi Kreatif*. Bandung: Penerbit Alumni .
- Dr. Hermanu Iriawan, S. M. (2021). *Manajemen Merek & Kepuasan Pelanggan*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Dr. Sutisna, S. M. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Firdaus, F. Z. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ismail Nurdin, S. H. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Malek Simon Grimm, R. W. (2021). Intra- Brand Image Confusion: Effect Of Assortmen Width on Brand Image Perception. *Journal Of Brand Management*.
- Mardia, M. L. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Marissa Grace Haque-Fawzi, A. S. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Munandar, N. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musfirah, I. B. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Nagari Koto Baru: Insan Cendikia Mandiri.
- Ovi Hamidah Sari, F. H. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Purboyo, S. H. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putu Premayana Dhama Kusuma, N. W. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

Putu Premayana Dharma Kusuma, N. W. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

Qomariah, N. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pantai)*. Jember: Pustaka Abadi.

Ronie Togar Mulia Sirait, A. M. (2022). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya: CV. Global Aksara Pers.

Sherly, F. H. (2022). *Pemasaran Internasional*. Yayasan Kita Menulis.

Suci Purwandari, S. P. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Syafrida Hafni Sahir, M. N. (2021). *Dasar - Dasar Pemasaran* . Yayasan Kita Menulis.

Tati, P. W. (2015). Pengaruh Country Of Origin dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Memebeli Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Tri Lestariningsih, B. W. (2021). *ICONEBS 2020*. EAI Publishing.

Link Web :

[www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), (diakses tgl 25/10/2022)

<https://investor.id>, (diakses tgl 25/10/2022)

<https://indiemarket.news>, (diakses tgl 25/10/2022)

<https://kompas.co.id>, (diakses tgl 25/10/2022)

[www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id), (diakses tgl 01/11/2022)

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), (diakses tgl 01/11/2022)

[www.fimaledaily.com](http://www.fimaledaily.com), (diakses tgl 01/11/2022)

[www.markeeters.com](http://www.markeeters.com), (diakses tgl 01/11/2022)

[www.merdeka.com](http://www.merdeka.com), (diakses, tgl 01/11/2022)