

DAFTAR PUSTAKA

- Amelfdi, Fransisca Jovita, dan Elia Ardyan. 2021. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Performa* 5(6): 473–83.
- Amelia Ria Serli, Nisya Ainn Maulidia Siti, dan Muzdalifah Laily. 2023. “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Journal of Creative Student Research (JCSR)* 1(1): 1–20.
- Amin, Amirudin M, dan Rafiqah Fitri Yanti. 2021. “Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic.” *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi* 2(1): 1–14.
- Apriliani, Devi, dan Kristina Anindita Hayuningtias. 2023. “Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening.” *Jesya* 6(2): 1991–2004.
- Azzahra, Nafinka, Yulia Hamdani Putri, dan Ahmad Maulana. 2023. “Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Fakultas Ekonomi Kampus Palembang Universitas Sriwijaya.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(2): 789–801.
- Budiarti, Astra Prima, Yasri Yasri, dan Erni Masdupi. 2019. “Pengaruh Country of Origin, Brand Familiarity, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Padang.” *Jurnal Praktik Bisnis* 8(1): 1–10.
- Fadillah, Achmad, Yasmin Nabila Salsabila, dan Arief Daryanto. 2019. “Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari).” *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)* 5(1): 1–14.
- Fitria. 2019. “Fitria.2019 Teknik Analisis Data.” *Objek Dan Metodologi Penelitian* 53(9): 1689–99.
- Keller, Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2017. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kussudyarsana, K, dan Zulfa Irawati. 2019. “Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Origin terhadap Intensi Pembelian Produk Batik.” *Jurnal Manajemen Dayasaing* 20(1): 31–43.
- Manik Megasari, Cindy, dan Onan Siregar Marakali. 2022. “p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at [http:// https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr](http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr).” *Journal Of Social Research* 1(7): 694–707.
- Martianto, Ishma Alfisa, Sri Setyo Iriani, dan Andre Dwijanto Witjaksono. 2023. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7(3): 1370–85.
- Miati, Iis. 2020. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1(2): 71–83.

- Nanda, dan Lili Karmela Fitriani. 2023. “Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Online Pada Pengguna Skincare Produk Scarlett Whitening Di Ciayumajakuning).” *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan* 4(2): 232–50.
- Nugroho, Illham dwi, dan Siti Sarah. 2021. “Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek MaliQacle).” *Jurnal Indonesia Membangun* 20(1): 113–26. <https://jurnal.inaba.ac.id/>.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(4): 471–84.
- Ritonga Mulkanuddin, Irawan, Fikri Miftah El. 2017. “Manajemen Pemasaran.” *Manajemen Tools* 8(2): 68–78.
- Rumaidlany, Deny, Siti Mariam, dan Abdul Haeba Ramli. 2022. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald’S Di Palmerah Jakarta Barat.” *Jurnal Lentera Bisnis* 11(2): 102.
- Salim, Nathalia Indah, dan Laura Lahindah. 2023. “Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care merek Innisfree di Bandung.” *Journal of Accounting and Business Studies* 6(2): 82–99.
- Soraya, Ayu, dan Onan Marakali Siregar. 2021. “Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara.” *Senriabdi* 2021 1(1): 400–416.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiono*. 26 ed. Bandung: Alfabeta.
- Supangkat, Ariq Satria, dan Hery Pudjoprastyono. 2022. “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya.” *Widya Manajemen* 4(2): 140–49.
- Susanti, Febsri, dan Djohannes Saputra. 2022. “Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan.” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2(2): 1318–31.
- Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin, dan Sunarti. 2015. “Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29(1): 59–66.