

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Alfa loudy andries (2014). *The influence of koren's celebrity endorsement And youth buying behavior on youth apparel purchase decision in Manado* Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 4 2014.
- A.Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* Edisi Delapan. Jakarta : Salemba Empat
- Asad Javed, Dr, Syed Amjad Farid Hasnu. (2013). Impact of Country Origin on Product Purchase Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research* Vol.1 2013.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion*. New York: Mcgraw-Hill Education.
- Birce, Dobrucali,. (2019) "Country-of-origin effects on industrial purchase decision making: a systematic review of research", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 34 Issue: 2, pp.401-411
- Bougie, & Sekaran. (2014). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745-1771.
- Djaslim, Saladin., 2015, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Dwivedi, A., Johnson, L. W., & Mcdonald, R. (2015). *Celebrity Endorsment Self-Brand Connection And Relationship Quality*. *Internasional Journal Of Advertising*, 1-18.
- Fasa, F.K., (2018). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA SURVEI TERHADAP WISATAWAN MANCANEGERA YANG MENGGUNAKAN GARUDA INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)
- Firdaus, I., (2015). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYATAMA PADA BRODO FOOTWEAR BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama)
- Ghiya, Fairza., (2017) *Pengaruh Online Marketing Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Merk Lokal Yearsold Indonesia*

- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: Pt Refika Aditama
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi*
- Javed, Asad., & Dr. Syed Amjad Farid Hasnu. (2013). *Impact of Country of Origin on Product Purchase Decision*. Internasional Journal of Advanced Research in Business Management and Administration (ISSN no 2348-2354). Vol. 18 Dec 2013
- Kertamukti, R., (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kiswalini, A., & Nurcahya, I. K. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*
- Kotler, Philip and Kevin, Lane Keller,. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Listiana, E., & Elida, S. S. (2014). *Pengaruh Country Of Brand Dan Country Of Origin Terhadap Asosiasi Merek (Studi Pada Pelanggan Produk Elektronik)*. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 29(1), 1-14
- Marwanto, Aris. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia
- Naufal Savero Rakha Heda (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Clear)*
- Radiosunu, 2015. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis* Edisi ke-2. Yogyakarta: BPFE.Group.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_, (2015). *“Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus.”* Penerbit Andi Yogyakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CAPS.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Center For Academic Publishing Service.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 148-156.
- Sutanto, J.E., & Ryan H. Winata. (2012). Impact of Brand, Country of Origin, Trust In Company, and Price Towards Buying Decision (Case Hair Extention Product In Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 35-50.
- Tati, P. W. (2015). Pengaruh Country Of Origin Dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).
- Victor, E.P.L., Maria, V.J. tielung (2014). The impact of celebrity endorsement to youth consumer purchase decision on Adidas Apparel product *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 3 2014
- Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat beli sepeda motor honda beat di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3852-3881.
- Endrawati,Oktiani. 2017. Industri Fashion Berperan penting dalam Perekonomian  
Diakses tanggal 11 Maret 2019,dari  
<http://ekbis.sindonews.com/read/1176212/34/industri-fashion-berperanpentingdalam-perekonomian-1485956419>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. 2016. *Berita Industri,2025 Industri Fashion Tumbuh Hingga 11%*. Diakses 11 Maret 2019,dari

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/857/2025,-Industri-Fashion-TumbuhHingga-11>.

Rini,A.S 2018. Industri Sepatu Bakal Tumbuh 3,5%. Diakses pada tanggal 12 Maret 2019, dari <http://industri.bisnis.com/read/20180111/257/725567/industri-sepatu-bakaltumbuh-35>.

Mega,Annisa. 2017. Perkembangan Tren Fashion di Indonesia. Diakses pada tanggal 12 Maret 2019, dari <http://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-tren-fashion-di-indonesia?page=all>

*Sumber:* idntimes.com (Diakses pada tanggal 14 Maret 2019)

*Sumber :* <http://roi-radio.com> 2016 (Diakses pada tanggal 15 maret 2019)

*Sumber:* [www.geoff.max.com](http://www.geoff.max.com) (Diakses pada tanggal 15 Maret 2019)

*Sumber:* <https://id.pinterest.com/explore/old-school-fashion> (Diakses pada tanggal 10 Maret 2019)

*Sumber:* <http://koran-sindo.com> (Diakses tanggal 14 Maret 2019)

*Sumber:* [sbm.binus.ac.id](http://sbm.binus.ac.id),2016 (Diakses pada tanggal 15 Maret 2019)