

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, Fanni, Ruhmaya Nida Wathoni, dan Adhi Setyo Santoso. 2019. *The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce*. *Procedia Computer Science*, p 851–858.
- Bertoli, Giuseppe, dan Riccardo Resciniti. 2012. *International Marketing and the Country of Origin Effect*. Northampton: Edward Elgar.
- Budiman, Vionita, Riris Loisa, dan Nigar Pandrianto. 2018 Peran *Brand Ambassador* Pada Iklan Dalam Membangun *Brand Awareness* (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS). Vol. 2, No 2, p 546-553.
- Czinkota, Michael R dan Ilkka A. Ronkainen. 2007. *International Marketing*. Mason: Thomson South-Western.
- Dinata, Jovita S., Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat. 2015. *Country of Origin dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli Ipad Di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 25, No. 1, p 1-8.
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand*. United States: American Library Association.
- Fawwaz, Ilham El dan Indrawati. 2020. *The Impact of Brand Ambassador on Brand Image and Consumers Purchasing Decision : A Case of BTS as Tokopedia's Brand Ambassador*. *International Journal of Science and Research*. Vol. 9, No. 6, p:1790–1793.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gallego, Ángeles dan Jose C. Casillas. 2014. *Choice of markets for initial export*

*activities: Differences between early and late exporters. International Business Review*, p 1021-1033.

Ghaizani, Amalia, Edriana Pangestuti, dan 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*. Vol. 58, No. 2, p 110–118.

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, Arif Rachman. 2017. Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. *e-Proceeding of Applied Science*. Vol.3, No.2 , p 1-7.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Hsieh, Ming-huei, Shan-ling Pan, dan Rudy Setiono. 2004. *Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 32, No. 3, p 251–270.

Idris, Arin Ray, dan Ratih Tresnati. 2018. Pengaruh *Country of Origin* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung). *Prosiding Manajemen*. Vol. 4, No. 1, p 490–495.

Keegan, Warren J. dan Mark C. Green. 2013. *Global Marketing*. Harlow: Pearson.

Kerin, Roger A., Steven W. Hartley, dan William Rudelius. 2015. *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.

Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Depok: Rajawali Pers.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:

Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Larasari, Ernie, Lutfi, dan Liza Mumtazah. 2018. Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Event Sponsorship* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol. 11, No. 1, p :261–280.

Laroche, Michel, Nicolas Papadopoulos, Louise A. Heslop, dan Mehdi Mourali. 2005. *The Influence of Country Image Structure on Consumer Evaluations of Foreign Products*. *International Marketing Review*. Vol. 22, No. 1, p 96–115.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: Wiley.

Mardiani, Alifia Sarah dan Aditya Wardhana. 2018. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. *E-Proceeding of Management*. Vol 5, No 2, p 2577-2583.

Marentek, Mikke R., Vekky Supit, dan Nancy Henrietta J. Mandey. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Manado: Polimdo Press.

Masyita, Dina Arti dan Ai Lili Yulianti. 2017. Pengaruh *Brand Ambassador* Dian Sastrowardoyo terhadap *Brand Image* Produk Makeup L'OREAL PARIS (Studi pada Konsumen L'OREAL Kota BANDUNG).” *Jurnal Riset Akuntansi Mercuru Buana*. Vol. 3, No. 1, p 41-47.

Munir, Muhammad Shohibul, Nurhajati, dan Budi Wahono. 2019. Pengaruh *Brand Origin, Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Parfum AXE

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, p 35-50.

Negara, A.A Ngurah Dianta Esa, Zainul Arifin, dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 61, No. 2, p 202-209.

Ningrum, Nurvita Septya. 2016. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis Dan Iptek*. Vol. 9, No. 2, p 141–152.

Noel, Hayden. 2009. *Consumer Behaviour*. London: AVA Publishing SA.

Rao, Purba. 2006. *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. *The Asian Manager*. February – March. pp. 28-32.

Royan, Frans. 2004 *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI.

Sari, Indah Chartika dan Ahmad Jamaan. 2014. *Hallyu* sebagai Fenomena Transnasional. *Jurnal Hubungan Internasional*, p 1-14.

Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS.

Semuel, Hatane, dan Adi Suryanata Lianto. 2014. Analisis EWOM, *Brand Image*, *Brand Trust* dan Minat Beli Produk *Smartphone* Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 8, No. 2, p 47–54.

Sharaswati, I Gusti Agung Made Shinta Natasya, dan Ni Made Rastini. 2020. *The Role of Brand Image Mediates the Effect Country of Origin on Purchase Intention*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. Vol. 4, No. 1, p

346–352.

Shimp, Terence A. 2007. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Mason: Thomson South-Western.

Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabilitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Suria, Nurina Nadhifi, Andriani Kusumawati, dan Edriana Pangestuti. 2016. Pengaruh *Country of Origin* terhadap Citra Merek dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo Di Jakarta).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*. Vol. 38, No. 1, p:148–156.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Yasin, Norjaya Mohd, Mohd Nasser Noor, dan Osman Mohamad. 2007. *Does Image of Country-of-Origin Matter to Brand Equity?. Journal of Product and Brand Management*. Vol. 16, No. 1, p :38–48.

<https://zapclinic.com/zap-beauty-index-download> yang diakses pada tanggal 19 Januari 2021.

<https://m.mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit> yang diakses pada tanggal 18 Februari 2021.

<https://www.kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> yang diakses pada tanggal 20 Februari 2021

<https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020> yang diakses pada tanggal 24 Februari 2021

<https://www.google.com/amp/s/jogja.tribunnews.com/amp/2018/07/23/buka-gerai-resmi-di-yogyakarta-store-nature-republic-diserbu-konsumen> yang diakses pada tanggal 14 Juni 2021.

<https://www.instagram.com/naturerepublic.id/?hl=id> yang diakses pada tanggal 26 Juni 2021.

<https://www.beautynesia.id/berita-travel/gantikan-exo-nct-127-terpilih-jadi-brand-ambassador-terbaru-nature-republic/b-135062> yang diakses pada tanggal 17 September 2021.

<https://www.marketeers.com/mengintip-skandal-brand-kosmetik-korea-nature-republic/> yang diakses pada tanggal 6 November 2021.

<https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/174/2/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-d-i-yogyakarta-x-1000-2017-2025.html> yang diakses pada tanggal 27 Maret 2022.