

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2008). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press
- Annisa, N., & Heriyanto, M. (2017). *Pengaruh country of origin dan brand image terhadap minat beli pada produk smartphone samsung (studi pada pt samsung electronic indonesia cabang pekanbaru)*. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Apple. (2025). Iphone. Apple.com. <https://www.apple.com/id/iphone>
- Blanco-Encomienda, F. J., Chen, S., & Molina-Muñoz, D. (2024). The influence of country-of-origin on consumers' purchase intention: a study of the Chinese smartphone market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(7), 1616-1633.
- Budiyanto, H., & Wiwaha, A. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Kualitas Produk terhadap minat beli: Studi kasus Huawei Smartphone. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Damodar N. Gujarati and Dawn C. Porter. (2012). *Dasar–dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2019). PPN 2025: Kebijakan Baru, Beban Pajak Tetap Ringan untuk Masyarakat. Diakses Januari 2025, dari <https://pajak.go.id/sites/default/files/2025-01/SP%201%202025.pdf>
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hinton, P. R. (2014). *Statistics Explained, Statistics Explained*. London: Routledge.
- Ika, R. (2025, 26 Februari). Cek Perbandingan Harga iPhone di Indonesia dan Luar Negeri Terbaru. IDX Channel. Diakses Januari 2025, dari <https://www.idxchannel.com/technology/cek-perbandingan-harga-iphone-di-indonesia-dan-luar-negeri-terbaru#:~:text=Berdasarkan%20informasi%20di%20atas%2C%20dapat,murah%20dibandingkan%20dengan%20di%20Indonesia.>
- Irfan, Muhamad. (2014). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Strike! Courier Di Samarinda*. (Theses, Universitas Mulawarman).
- Kementrian Komunikasi dan Informatika, “Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 13 Tahun 2021 tentang Standar Teknis Alat Telekomunikasi dan/atau Perangkat Telekomunikasi Bergerak Seluler Berbasis Standar Teknologi Long Term Evolution dan Standar Teknologi International Mobile Telecommunication-2020”, Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2021. Diakses Januari 2025, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/203124/permenkominfo-no-13-tahun-2021>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 1*. USA: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 2*. USA: Pearson Education.
- Lemeshow, S. and David, J. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan (terjemahan)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mohd Yasin, N., Nasser Noor, M., & Mohamad, O. (2007). Does image of country of-origin matter to brand equity?. *Journal of Product & brand management*, 16(1), 38-48.
- N’da, K., Ge, J., Ji-Fan Ren, S., & Wang, J. (2023). Perception of the purchase budget (BGT) and purchase intention in smartphone selling industry: A cross-country analysis. *Plos one*, 18(7), e0279575.

- Pradipta, A. B., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone Asus Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 915-921.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. and Bougie, R. . (2009). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 5th Edition. Hoboken: John Wiley and Sons Inc.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 7th Edition. West Sussex: Wiley & Sons.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Shah, Kruti dan Alan D'Souza. (2009). *Advertising and Promotion: An IMC Perspective*. New Delhi : The McGraw-Hill Company.
- Statista Research Department. (2019). Number of smartphone users in Indonesia from 2011 to 2022. Diakses Desember 2024, dari <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>
- Tati, P. W., & Suharyono, E. Y. (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 S1 Universitas Brawijaya*, 25(1), 86-117.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Top Brand Award. (2024). Top Brand Index Smartphone 2024. Diakses Desember 2024, dari <http://www.topbrand-award.com>
- Wibowo, S. A., Rizan, M., & Febrilia, I. (2021). The influence of country-of-origin and brand image on purchase intention of Oppo smartphone with perceived quality as intervening variables. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 32-60.
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran: Aplikasi Software SPSS*. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zahid, A., & Dastane, D. O. (2016). Factors affecting purchase intention of South East Asian (SEA) young adults towards global smartphone brands. *ASEAN Marketing Journal*, 8(1), 66-84.

Zulfikar, F. (2024, 13 Agustus). Survei Ungkap Mahasiswa Jogja Banyak Pakai iPhone, Digunakan untuk Ini. detikEdu. Diakses Januari 2025, dari <https://www.detik.com/edu/ Perguruan-Tinggi/d-7488194/survei-ungkap-mahasiswa-jogja-banyak-pakai-iphone-digunakan-untuk-ini>