

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdillah, W., J, Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Cateora, R, Philip., Gilly, C, Mary., et al. (2016). *International Marketing* (17th edition). New York, NY : McGraw-Hill Education.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto., Sitinjak, Tony. (2018). *Strategi Menangkulkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, Irham. (2015). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Eksistensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garson, G. David. (2016). *Partial Least Squares:Regression & Structural Equation Models*. United States of America : Statistical Publishing Associates.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edinburgh Gate, England : Pearson Education Inc.
- Hair, et al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2th Edition*. United States of America : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, L., K. (2016). *Marketing Management* (15th edition). Edinburgh Gate, England : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philips., Bowen, T, John., et al. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th edition). Edinburgh Gate, England : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philips., Armstrong, Gary., et al (2018). *Principle of Marketing* ((17th edition). New York : Pearson Education Inc.
- Sekaran, Uma., Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi Buku 2). Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma., Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi Buku 1). Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2016). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Sumber Skripsi dan Jurnal:

Ahmed, U, Zafar., Johnson, P, James, et al. (2004). *Does Country of Origin Matter for Low Involvement Product?*. International Marketing Review, Vol. 21 No 1, pp 102-120.

Cinthy, Atika. (2018). *Pengaruh Negara Asal, Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di Kota Bandar Lampung*. Skripsi Manajemen pada FEB Universitas Lampung.

Faraditta, Angela. (2015). *Analisis Pengaruh Country Of Origin Perception, Perceived Quality Dan Consumer Perception Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Manajemen pada FEB Universitas Diponegoro.

Ghaizani, Amalia., Pangestuti, Edriana., & Rahma, D, Lusy. (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 (JAB), Vol. 58 No. 2.

Listiana, Erna., Elida. S, Sri. (2014). *Pengaruh Country of Brand dan Country of Manufacture terhadap Asosiasi Merek (Studi pada Pelanggan Produk Elektronik)*. Media Ekonomi dan Manajemen, Vol. 29 No 1.

Nagashima, Akira. (1970). *A Comparison of Japanese and U.S. Attitudes Toward Foreign Products*. Journal of Marketing, Vol. 34, pp. 68-74.

Nagashima, Akira. (1977). *A Compara "Made In" Product Image Survey Among Japanese Businessmen*. Journal of Marketing, Vol. 41, No. 3 (Jul., 1977), pp. 95-100.

Ningsih, Setia., Dukalang, Hendra. (2019). *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*. Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 1 No 1.

- Permana, S, Magyar, & Haryanto, O, Jony. (2014). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian*. Jurnal Manajemen, Vol XVIII, No. 03, 365-380.
- Räty, Liisa. (2009). *Does Country Matter? The Country of Origin Effect on Sports Apparel Users' Brand Perceptions*. Marketing Master's Thesis Department Of Marketing and Management Helsingin Kauppakorkeakoulu Helsinki School Of Economics.
- Simanjuntak, Bernando. (2017). *Analisis Pengaruh Country Of Origin (Coo) dan Brand Image terhadap Perceived Quality dan Purchase Intention Smartphone Oppo di Kota Pekanbaru*. Jom Fekon Vol. 4 No. 1.
- Tati, W, Putri., dkk. (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 (JAB), Vol. 25 No. 1.
- Tunisa, Zahro. (2017). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Country Of Origin, Perceived Quality, Product Quality terhadap Purchase Intention Produk Mobil*. Skripsi Manajemen Bisnis Syariah pada FEB Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Yasin, M, Norjaya., Noor, N, Mohd., & Mohamad, Osman. (2007). *Does Image Country Of Origin Matter To Brand Equity*. Journal of Product & Brand Management, Vol. 16 Issue: 1, pp.38-48.

Sumber Internet:

- Bohang, Fatimah, Kartini. (2018). *Survei Canaly: Xiaomi Vendor Ponsel Terbesar ke-2 di Indonesia*. <https://amp.kompas.com/tekno/read/2018/05/15/08274587/survei-canaly-xiaomi-vendor-ponsel-terbesar-ke-2-di-indonesia?usqp=mq331AQCKAE%3D>. (Akses: 25 Mei 2019).
- CNN Indonesia. (2014). *Redmi 1S Ponsel pertama Xiaomi di Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20140827171919-185-1922/redmi-1s-ponsel-pertama-xiaomi-di-indonesia>. (Akses 26 Agustus 2019).
- Gumilar, Ganjar, Swasono. (2019). *Harga dan Spesifikasi HP Xiaomi Terbaru*. <https://www.digitalponsel.com/1801/daftar-harga-hp-xiaomi/>. (Akses: 01 April 2019).
- Hidayat, Agung. (2018). *Xiaomi : Kami sudah kuasai 25% Pangsa Ponsel di Indonesia*. <https://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news/xiaomi-kami-sudah-kuasai-25-pangsa-pasar-ponsel-di-indonesia>.(Akses: 25 Mei 2019).

- IDC : *Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia Q3 2018*.
<https://www.google.com/amp/s/selular.id/2018/12/idc-top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q3-2018/amp/>. (Akses: 25 Mei 2019).
- Kementrian Komunikasi dan Informatika .(2015). *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*.
https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media. (Akses : 30 Maret 2019).
- Permana, Kemal, Setia. (2019). *Ketika Pengguna Internet dan Smartphone Terus Meningkat, Android Dominasi Pasar Indonesia dan Dunia*.
<http://jabar.tribunnews.com/2019/01/24/ketika-pengguna-internet-dan-smartphone-terus-meningkat-android-dominasi-pasar-indonesia-dan-dunia>.
(Akses: 30 maret Maret 2019).
- Rachmatunnisa. (2018). *5 Merek Ponsel Terlarisd di Indonesia*.
<https://m.detik.com/inet/consumer/d-4202067/5-merek-ponsel-terlaris-di-indonesia>. (Akses : 10 April 2019).
- Sandi, Eviera, Paramita. (2017). *Terkuak ! Kelemahan Smartphone Xiaomi yang Hampir Tak Diketahui Konsumen*. <http://bali.tribunnews.com/amp/2017/01/05/terkuak-kelemahan-smartphone-xiaomi-yang-hampir-tak-diketahui-konsumen?page=3>.
(Akses: 01 April 2019).
- Usman, Syakur. (2017). *Wawancara Merdeka.com dengan Lei Jun, Founder and CEO Xiaomi Global*.
<https://www.google.com/amp/s/m.merdeka.com/amp/khas/wawancara-merdeka.com-dengan-lei-jun-founder-and-ceo-xiaomi-global.html>. (Akses 01 April 2019).
- Wikipedia. (2019). *Xiaomi*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>. (Akses 26 Agustus 2019).