

## DAFTAR PUSTAKA

David Bamber Suniti Phadke Amalendu Jyothishi1 (2012), Product-Knowledge, Ethnocentrism and Purchase Intention: COO Study in India

Dewi Fadilla Nirwan Rasyid (2012). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen Terhadap keterlibatan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VII*

di Kota Bandung)

Fauzan Maulana1, Raeni Dwi Santy2 (2021), Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Kasus Terhadap Pengguna Aplikasi Tokopedia

Firman Fauzi, Ramadhia Asri (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek, Dan Gaya

Hong Wang 1 , Baolong Ma 1,2 and Rubing Bai 3,\* (2019), How Does Green Product Knowledge Effectively Promote Green Purchase Intention?

<https://lifestyle.okezone.com/read/2021/08/21/12/2458846/alasan-mengapa-kebaya-selalu-disukai-kaum-wanita-indonesia>

Indriana Wijayanti (2021), “Mencintai Produk dalam negeri sebagai bentuk Nasionalisme terhadap Indonesia”

Jurnal Entrepreneur “Alasan konsumen memilih produk luar negeri”

<https://www.jurnal.id/id/blog/alasan-konsumen-memilih-produk-luar-negeri/#:~:text=Produk%20luar%20negeri%20biasanya%20akan%20memberikan%20inovasi%20baru%20untuk%20menarik,dan%20memilih%20produk%20luar%20negeri.>

- Jurnal.id (2022), “4 alasan konsumen memilih produk luar negeri”  
<https://www.jurnal.id/id/blog/alasan-konsumen-memilih-produk-luar-negeri/>
- Kartika, R. C., & Zulfikar R (2019). PERILAKU ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR BERDASARKAN KARAKTERISTIK PEGAWAI DI RUMAH SAKIT. *Medical Technology and Public Health Journal*, 3(1), 70-79.
- Kevin Renata Limoputro dan Gamaliel Waney (2018). Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ngohiong Merek M&B. : *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2*,
- Klasika.kompas.id (2013), “apakah karakter pendaki gunung”  
<https://klasika.kompas.id/baca/apakah-karakter-pendaki-gunung-anda/>
- Koropak.co.id (2018), “Eiger plasa asia berikan semua kebutuhanmu”  
<https://koropak.co.id/3491/eiger-plaza-asia-berikan-semua-kebutuhanmu>
- Liputan 6.com (2018) “Mendag kampanyekan Program Aku Cinta Indonesia”  
<https://www.merdeka.com/uang/mendag-enggar-kampanyekan-program-aku-cinta-produk-indonesia.html>
- Maulandy Rizki Bayu Kencana (2018). Menteri Perdagangan Kampanyekan Program Aku Cinta Produk Indonesia.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).

- Phuong V. Nguyen\*, Hoang M.P.T. Le and Khoa T. Tran (2019), Effects of country of origin, foreign product knowledge and product features on customer purchase intention of imported powder milk
- Purba, F. K. (2013). Pengaruh Fee Audit dan Pengalaman Auditor Eksternal Terhadap Kualitas Audit. *Universitas Komputer Indonesia*, 1-21.
- Raeni Dwi Santy , Siti Daniyah Atika (2020), Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge
- Santi Sanita<sup>1</sup> , Aini Kusniawati<sup>2</sup> , Marlina Nur Lestari<sup>3</sup> <sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Galuh “Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention”
- Santi Sanita<sup>1</sup> , Aini Kusniawati<sup>2</sup> , Marlina Nur Lestari<sup>3</sup>, “Pengaruh product knowledge dan brand image terhadap purchase intention”
- Septiani, M. (2019). *Pengaruh Green Product dan Green advertising Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lemonilo Di Toko Organic bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sharma, S., Shimp, T.A. and Shin, J. 1995, Consumer ethnocentrism: a test of antecedents and moderators, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 23, No. 1, pp. 26-37. Shimp. T. A., Sharma. S. 1987. Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE. *Journal of marketing research*. 24, (3), pp 280 – 289
- Sri Syabanita Elida (2015). Wajah Etnosentrisme Konsumen Di Indonesia Di Pandang Dari Cermin Cestcale.

Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.

Theresia Monalisa (2015). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen Kota Malang Terhadap Niat Beli Buah Lokal

WU Jianlin<sup>1</sup> , ZHU Ning<sup>2</sup> , DAI Qi<sup>3</sup> (2010), Consumer Ethnocentrism, Product Attitudes and Purchase Intentions of Domestic Products in China

WU Jianlin<sup>1</sup>, ZHU Ning<sup>2</sup>, DAI Qi<sup>3</sup> (2010). Consumer Ethnocentrism, Product Attitudes and Purcase Intentions of Domestic Product in China. *International Conference on Engineering and Business Management*

Xia Wang and Da Lei (2012). The Impact of Country-of-Origin Image, Consumer Ethnocentrism, and Animosity on Pirchase Intention. *Journal Of Software*, Vol. 7, No. 10

Xianguo Li (2012), The Impact of Country-of-Origin Image, Consumer Ethnocentrism and Animosity on Purchase Intention

Yacan Wang a,n, Benjamin T. Hazen (2015), Consumer product knowledge and intention to purchase remanufactured products