

DAFTAR PUSTAKA

- Anggasari, P., Yuliati, L. N., & Retnaningsih. (2013). Pengaruh Ethnosentrisme Terhadap Sikap, Preferensi dan Perilaku Pembelian Buah Lokal dan Impor. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 10(2), 25-28. doi:<https://doi.org/10.17358/jma.10.2.128-136>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding "A Land of Harmony" Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA*, 3(3), 5.
- Dialiwi, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumendi CIAO GELATO Gejayan Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Esti, M. T. (2013). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta: Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/17202>
- Fadila, D., & Rasyid, N. (2012). Pengaruh Ethnosentrisme Konsumen Terhadap Keterlibatan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Orasi Bisnis*, 24-25.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(2), 239-241.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Marketing*, 14(2), 20-23. doi:<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86-95>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2013). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berkala Mikro dan Kecil. *Management Insight*, 13(1), 51-52.
- Fuad, E. N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berkala Mikro/kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1), 58.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 92-93.
- Iswadi, B. N., & Jumino. (2018). Pengaruh Fasilitas Gedung dan Perabot Terhadap Tingkat Kunjung Pemustaka di Unit Pelayanan Teknis Universitas Islam Sultan Agung. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 15-16.

- Kurnianto , M., & Widiyanto, I. (2015). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Persepsi Harga dan Kemerarikan Atribut Terhadap Sikap produk dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian di Indonesia. *4*(4), 6-8.
- Kurnianto, M. (2015). *Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Persepsi Harga dan Kemerarikan Atribut Terhadap Sikap Produk dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Universitas Diponegara Semarang.
- Lisdayanti, A. (2017). *Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Harga dan CRM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada The Milk Bar Bandung*, 174.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *8*(1), 25.
- Muhharomah, E. R., Oktini, D. R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Lexa di Rancaekek). *3*, pp. 876-875. Bandung: Universitas Islam Bandung. doi:<http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.7858>
- Nasikan, & Sasmito, B. A. (2013). Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merk Nokia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, *2*(1), 89.
- Puspitasari, Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Lokasi dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen KFC Dermaga Point Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, 6-8.
- Ramadhani, M. D. (2018). *Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Perceived Quality dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Specs pada Mahasiswa Anggota UKM Olahraga Perguruan Tinggi di Ciputat*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Senggetang, V., Mandey, L. S., & Moniharapan, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, *7*(1), 8-10. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Suarjana, K., Suwendra, W., & Yulianthini, N. N. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Kecamatan Tampaksiring-Gianyar. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, *2*, 4.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- wijaya, Y. B. (2015). *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Puri Asri kota Kediri*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Zuliani , S. (2005). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.