

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Abdul Choliq. (2020). Pengantar Manajemen. Gramedia.
- Bimantari, C. (2019). The Effect of Brand Awareness, Perceived Quality, and Brand Attitude Toward Purchase Intention of Biscuit Oreo in Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(2), 195. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1548>
- Chusna, A., & Riptiono, S. (2021). Pengaruh Consumer Ethnocentrism Tendency, Persepsi Nilai dan Atribut Produk Terhadap Niat Beli dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 57–77. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.779>
- Darmawan Darmawa, & Sumar Sumar. (2024). Etnosentrisme Konsumen, Sensitivitas Budaya, Kredibilitas Merek terhadap Niat Pembelian Merek Wardah Kosmetik Dalam Negeri. *Jurnal Administrasi dan Negara*.
- Dwiartini, M. Y., Suasana, I. Gst. A. Kt. Gd., & Suasana, I. Gst. A. Kt. Gd. (2022). Peranan Kepercayaan Mediasi Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Brew Me Tea Secara Online. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4), 682. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i04.p03>
- Ersad dan Ferry Jaolis, D., & Petra Jl, K. (2022). Pengaruh *Consumer Attitudes toward Local Business dan Ethnocentrism Terhadap intention To Purchase Local Food Dengan Consumer Attitudes Toward Local Food sebagai variabel.*
- Intervening Studi Kasus Kuliner Lokal Bali di Aplikasi Marketplace* (Vol. 10).
- Fauziyyah, S., & Suryaningsih, I. B. (2021). Negara Asal sebagai Determinan Persepsi Kualitas dan Peran Moderasi Etnosentrisme. *Journal of Business & Applied Management*, 14(1), 069. <https://doi.org/10.30813/jbam.v14i1.2705>
- Ghozali. (2021). *Partial Least Squares: konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9*
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Gramedia.
- Joko Rizkie Widokarti, & Donni Juni Priansa. (2019). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam industri pariwisata*. Alfabeta.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data Spss &*

Lisrel. Refika Aditama.

- Kaniawati, K. (2019). Analisis Pengaruh Psikologi Konsumen dan Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat.
- Maghfiroh, L., & Iriani, S. S. (2021). Niat Beli Sepatu Merek Lokal oleh Generasi Muda: Pengaruh Consumer Ethnocentrism, Perceived Quality, Perceived Price, dan Perceived Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 617. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p617-633>
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.560>
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Puspitaningrum, D., & Nugraheni, S. (2022). Determinants of Male and Female Infertility: A Systematic Review. *Jurnal Kebidanan*, 11(2), 103. <https://doi.org/10.26714/jk.11.2.2022.103-120>
- Rachmania, D., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh *Equity Sensitivity*, *Gender*, *Intellectual Intelligence* dan *Locos of control* Terhadap *Ethical Behavior*. *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.31000/competitive.v5i1.4032>
- Riptiono, S. (2020). Pengaruh Allocentris dan Animosity Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Makanan Lokal dengan Ethnocentrism Sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.2.379>
- Robbins, S., & Mary Coulter. (2012). *Management* (Eleventh Edition). Pearson.
- Santosa, T. A., Razak, A., Lufri, L., Zulyusri, Z., Fradila, E., & Arsih, F. (2021). Meta-Analisis: Pengaruh Bahan Ajar Berbasis Pendekatan STEM Pada Pembelajaran Ekologi. *Journal of Digital Learning and Education*, 1(01), 1– 9. <https://doi.org/10.52562/jdle.v1i01.24>
- Sedjati. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sudarsono. (2021). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitaian Kunatitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. ALFABETA.
- Supphellen, M., & Rittenburg, T. L. (2001). Consumer ethnocentrism when foreign products are better. *Psychology & Marketing*, 18(9), 907–927. <https://doi.org/10.1002/mar.1035>

- Terence A. Shimp. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated. Marketing Communication*. Cengage Learning.
- Tjiptono Fandy, & Diana Anastasia. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Penerbit ANDI.
- Utami, H. N., Fauzi, I., & Firdaus, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1). www.kebunbibit.id.
- Yulia Marwah, Tyna Yunita, Rismawati Ramadhania, & Ardhelia Denis vashelda. (2023). Analisis Manajemen Strategis Menggunakan Teknik SWOT pada Perusahaan Teknologi di Bekasi. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1).