

## Daftar Pustaka

- Albertus Agastya M, 2015. PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL SPECS DI KOTA BANDUNG. e-Proceeding of Management : Vol.2, No.1. ISSN : 2355-9357
- Aldy Novrianto dan Tjahjono Djatmiko, 2016. CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS MEREK (STUDI KASUS PT. INDOSAT). e-Proceeding of Management : Vol.3, No.1. ISSN : 2355-9357
- Alhusin Syahri. 2003. *Aplikasi Statistik dengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta : PT.Rineka Cipta
- Alviana Fajar Wibowo dan Eko Suseno Hendro Riyadi, 2017. PENGARUH GAYA HIDUP, PRESTISE DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN TAIWAN TEA HOUSE SEMARANG). Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis. ISBN: 978-602-361-067-9
- Andrew R. Kamwendo, Karen M. Corbishley, and Roger B. Mason, 2014. The Country-of-Origin Effect and Its Influence on Consumer Attitudes and Convenience Product Consideration in Durban, South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*: Vol.5, No.23. ISSN-Online : 2039-2117. ISSN-Print : 2039-9340.
- Angia Clara Citra dan Suci Paramitasari Syahlani, 2018. EFEK MEREK DOMESTIK VS ASING DAN INFORMASI COUNTRY-OF-ORIGIN TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* : Vol.23, No.2. Page : 164-177
- Arianis Chan, 2010. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis* : Vol.6, No.1. ISSN : 0216-1249
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Bambang, A. Rahman Lubis, dan Nurdasila Darsono, 2017. PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY, BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOVE DAMPAKNYA PADA BRAND LOYALTY GAYO ACEH COFFEE PT. ORO KOPI GAYO KABUPATEN ACEH TENGAH. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan* : Vol.8, No.3.
- Barker et al, 2002. *Research Methods in Clinical Psychology, An Introduction for Students and Practitioners*. John Wiley & Sons, Ltd.

- Dadang Munandar, 2012. ANALISIS PENENTUAN SEGMENT, TARGET, DAN POSISI PASAR HOME CARE DI RUMAH SAKIT AL-ISLAM BANDUNG. *Majalah Ilmiah UNIKOM*: Vol.6, No.2.
- Dwiyadi Surya Wardana, 2011. Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk. *Aset* : Vol.13, No.1. ISSN : 1693-928X
- Dian Prihadyanti, 2015. Pembelajaran Teknologi di Perusahaan Manufaktur Berintensitas Teknologi Tinggi dan Menengah-Tinggi. *Jurnal Manajemen Teknologi*: Vol.14, No.1.
- Edy Yuliant Putra dan Agustina Fitrianingrum, 2018. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA BERMERK MEWAH DI KOTA BATAM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* : Vol.6, No.2. e-ISSN: 2548-9836
- Endah Meiria, 2017. EKUITAS MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: STUDI PADA KONSUMEN ANAK USIA SEKOLAH DASAR DI KOTA DEPOK. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*: Vol.7, No.1. P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN: 2461-1182
- Erna Ferrinadewi, 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN* : Vol.7, No.2.
- Erna Listiana, 2012. Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis* : Vol.8, No.1. ISSN : 0216-1249
- Erna Listiana dan Sri Syabanita Elida, 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. ISSN : 0854-1442
- Farah Diza, Sileyjeova Moniharapon, dan Imelda W. J Ogi, 2016. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PT. FIFGROUP CABANG MANADO). *Jurnal EMBA* : Vol.4, No.1. ISSN : 2303-1174
- Gerard P. Prendergast and Alex S.L. Tsang, 2010. The interactive influence of country of origin of brand and product involvement on purchase intention. *Journal of Consumer Marketing* : Vol.27, No.2. ISSN : 0736-3761
- Ghaitza Damararum Kusumaningtyas, Suharyono, dan Yusri Abdillah, 2017. PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP PERSEPSI KUALITAS DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN (Studi

- pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli Mobil Toyota Avanza di Jakarta) . Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) : Vol.43, No.1.
- Giardo Permadi Putra, Zainul Arifin, dan Sunarti, 2017. PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) : Vol.48, No.1.
- Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Henrieta Hrablik Chovanová, Aleksander Ivanovich Korshunov, and Dagmar Babčanová, 2015. Impact of Brand on Consumer Behavior. *Procedia Economics and Finance* : ISSN : 2212-5671
- Husein Umar, 2004, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Cet ke 6, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Indra Ramadhan, Suharno, dan M. Amin Kadafi 2017. Pengaruh status pionir sebuah merek terhadap sikap konsumen dan keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN* : Vol.9, No.2. Print ISSN: 0285-6911. Online ISSN: 2528-1518
- Indri Hastuti Listyawati, 2014. ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI DI YOGYAKARTA. *JBMA* : Vol.2, No.1. ISSN : 2252-5483
- Irvandy Tamaka, 2013. CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN KUALITAS PRODUK PENGARUHNYA TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA PRODUK DAIHATSU DI PT. ASTRA INTERNASIONAL DAIHATSU MANADO. *Jurnal EMBA* : Vol.1, No.3. ISSN : 2303-1174
- Janikan Supanvanij, and Lyn S. Amine, 2013. Consumer Perception of Country-of-Origin Effect and Brand Effect. *Latin American Business Review* : Vol.1, No.4. ISSN : 1070-2954
- Jasa Suatma, 2013. ANALISIS STRATEGI INOVASI ATRIBUT PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SKUTER MATIK MEREK HONDA VARIO DI KOTA SEMARANG. *JURNAL STIE SEMARANG* : Vol.5, No.2. ISSN : 2252-7826
- Jūratė Banytė, Eglė Jokšaitė, and Regina Virvilaitė, 2007. Relationship of Consumer Attitude and Brand: Emotional Aspect. *ENGINEERING ECONOMICS* : Vol.52, No.2. ISSN : 1392-2785



- Kadek Pratita Yanthi dan I Made Jatra, 2015. PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KOTA DENPASAR. E-Jurnal Manajemen Unud : Vol.4, No.11. ISSN : 2302-8912
- Kavita Srivastava, and Narendra K. Sharma, 2013. Consumer attitude towards brand extension. Journal of Indian Business Research : Vol.5, No.3. ISSN : 1755-4195
- Kharisma Sari Pardede dan Ulfah, 2012. PENGARUH STATUS PIONIR SEBUAH MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SUMATERA UTARA). Jurnal USU
- Kitto Hananto, 2015. PENGARUH BRAND IMAGE DAN COUNTRY OF ORIGIN IMAGE TERHADAP MINAT PEMBELIAN IPHONE. Parsimonia : Vol.2, No.2. ISSN : 2355-5483
- Made Laksmi Saraswati, Ari Pradhanawati, dan Wahyu Hidayat, 2014. PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KOTA DENPASAR. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro
- Mahdalena Lubis dan Leila Mona Ganiem, 2017. Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik). Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Jurnal Komunikasi . Vol. 9, No. 1. ISSN 2085-1979, EISSN 2528 2727
- Mahirah B, 2017. EVALUASI BELAJAR PESERTA DIDIK (SISWA). JURNAL IDAARAH : Vol.1, No.2.
- Maria Margaretha Sumaryati dan Gregorius Gregie, 2016. ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK NIKE. JURNAL MANAJEMEN : Vol.13, No.1.
- Martin Venno H dan Hartono Subagio, 2013. Analisa Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tenaga Penjual (*Trust in Employee*), dan kepercayaan terhadap merek (*Trust in Brand*) Terhadap niat beli (*Purchase Intention*) Konsumen Pada Bernini Furniture di Surabaya, dan Semarang. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA : Vol.1, No.2.
- Muhammad Fauzan Batubara dan Kharisma Nasionalita, 2016. PENGARUH BRAND TRUST INDIHOME TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KOTA BANDUNG. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2. ISSN : 2355-9357

- Muhammad Rhendria Dinawan, 2010. P ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA : Vol.9, No.3.
- NAZLY A. LUBIS, 2016. ANALISIS ELASTISITAS PENDAPATAN KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN TERHADAP DAGING SAPI DI KOTA MEDAN (Studi Kasus : Kelurahan Tanjung Mulia, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan).
- Ni Luh Putu Hariastuti dan Lukmandono, 2017. Analisis Perancangan Desain Produk Gadukan Guna Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah. JURNAL ILMIAH TEKNIK INDUSTRI: Vol.16, No.1. ISSN: 1412-6869 e-ISSN: 2480-4038
- Norjaya Mohd Yasin, Mohd Nasser Noor, and Osman Mohamad, 2017. Does image of country-of-origin matter to brand equity?. Journal of Product & Brand Management : Vol.16, No.1. ISSN : 1061-0421
- Nurhidayati, 2017. Perlindungan Merek Terkenal Menurut UU No. 15 Tahun 2001(Kasus Pierre Cardin Melawan Alexander Satriyo Wibowo). JURNAL ADMINISTRASI KANTOR : Vol.5, No.1. P-ISSN: 2337-6694 E-ISSN: 2527-9769
- Nuri Luluk Khusnaeni, Edy Yulianto, dan Sunarti 2017. PENGARUH IKLAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE yang Pernah Melihat Iklan Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”) . Jurnal Administrasi Bisnis : Vol.47, No.2.
- Nurul Istifadah dan Heru Tjaraka, 2017. KREATIVITAS DAN INOVASI PADA INDUSTRI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN KESINAMBUNGAN PERTUMBUHAN EKONOMI. Conference on Management and Behavioral Studies. ISSN NO: 2541-3406. e-ISSN NO: 2541-285X
- Pieter Gunawan Widjaya, 2017. Analisis segmenting, targeting, positioning dan marketing mix pada pt.murni jaya. Universitas Kristen Petra. Vol. 5 N0.1
- Raeni Dwi Santy dan Mirna Zulianti, 2018. Can Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions Influence The Visitors Interest in Buying at Department Stores in Bandung?. Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Vol 225

- Raeni Dwi Santy, Muhammad Ihsan dan Rizki Desaina Losalia, 2013. THE EFFECTS OF CREATIVITY AND INNOVATION TO BUSINESS PERFORMANCE (SURVEY ON THE SMEs TRUSMI BATIK CENTER, CIREBON. Prosiding International.
- Reny Fitriyah dan Sri Setyo Iriani, 2014. PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP PERSEPSI KUALITAS. Jurnal Ilmu Manajemen : Vol.2, No.4.
- Resti Lusan Nugrahaini, Nunuk Adiarni, dan Mudatsir Najamuddin, 2014. ANALISIS PENGUATAN MEREK DALAM MEMBENTUK EKUITAS MEREK PADA MINUMAN SARI BUAH BB (Studi Kasus: Mahasiswa (end user) di Fakultas Sains dan Teknologi). JURNAL Agribisnis : Vol.8, No.2. ISSN : 1979-0058
- Rita, Son Wandrial, Regina Inderadi, 2015. ANALISIS PENGARUH SITUASI, PRODUK, INDIVIDU PADA PERILAKU MEMBELI DAN MENGKONSUMSI MAKANAN RINGAN. BINUS BUSINESS REVIEW: Vol.6, No.1.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, 2016. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA . JURNAL STIE SEMARANG: Vol.8, No.2. ISSN : 2252-826
- Salma Fauziyyah, Dini Optimasi, dan Puji Lestari Reski Fitriani, 2016. PERAN COUNTRY OF ORIGIN PADA PERILAKU KONSUMEN NEGARA BERKEMBANG. Dinamika Global : Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal. ISBN: 978-602-60569-2-4
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.
- Sindy Tawas, 2013. ATRIBUT PRODUK, HARGA, DAN STRATEGI PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MOBIL TOYOTA VIOS DI PT. HASJRAT ABADI MANADO . Jurnal EMBA : Vol.1, No.4. ISSN : 2303-1174
- Simamora, Henry, 2007. Manajemen Pemasaran Internasional, Edisi 2, Renaka Cipta, Jakarta.
- Siti Nurjanah, 2015. PERANAN MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI PENDIDIKAN. 2<sup>nd</sup> CBAM: Vol.2, No.1. ISSN : 2302-9791
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujana dan Dei Amiarti, 2007. Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Pemakaian Produk Studi Kasus Produk Power Fuel pada PT. Elnusa Petrofin. *Jurnal Ilmiah Ranggagading* : Vol.7, No.1.
- Supriyadi, Yuntawati Fristin, dan Ginanjar Indra K.N, 2016. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* : Vol.3, No.1.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Syed Saad Hussain Shah, Jabran Aziz, Ahsan raza Jaffari, Sidra Waris, Wasiq Ejaz, Maira Fatima and Syed Kamran Sherazi, 2012. The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions. *Asian Journal of Business Management*: Vol.4, No.2. ISSN : 2041-8752
- Trustorini Handayani, 2013. Analisis Sikap Mahasiswa Dalam Memutuskan Memilih Pts SEBAGAI DAMPAK DARI SUMBER KOMUNIKASI (Studi Pada Mahasiswa Unikom Angkatan 2007/2008). IRWNS
- Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Agung Media.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNIKOM
- Umi Narimawati, Linna, Ismawati & Sri Dewi, Anggadini. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis
- Victor Supriadi, 2013. KUALITAS PRODUK, MEREK, DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERCETAKAN MITRA CARD DI MANADO. *Jurnal EMBA* : Vol.1, No.4. ISSN : 2303-1174
- Windi Novianti dan Saiful Anwar, 2013. Analisis Citra Merek T-shirt Sufferage INC pada Clothing Sufferage INC Cimahi. *Prosiding International. Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*. Vol.3, No.1. ISSN : 2986-9455
- Wong, Chui Yim, Polonsky, Michael & Garma, Romana. 2008. The impact of consumer ethnocentrism and country of origin sub-components for high involvement products on young Chinese consumers' product assessments. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*: Vol. 20, No. 4. ISSN: 455-478.





- Yogi Fransiskus dan Armin Rahmansyah Nasution, 2017. PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK HANDPHONE. JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis : Vol.12, No.2. ISSN: 1978-7057. E-ISSN: 2527-306X
- Yudhi Soewito, 2013. KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. Jurnal EMBA : Vol.1, No.3. ISSN : 2303-1174
- Zafar U. Ahmed, James P. Johnson, Chew Pei Ling, Tan Wai Fang, and Ang Kah Hui, 2016. Country-of-origin and Brand Effect on Consumers' Evaluations of Cruise Lines. International Marketing Review : Vol.19, No.3. ISSN : 0265-1335