

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand*. New York: The Free Press.
- Adil, Maikul. 2012. *The Influence Of Brand Image On Sales. : Journal of Basic and Applied Scientific Research, 2(4), pp: 3552-3556.*
- Algifari. 2001. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ambrawati, Arie Tri Hertati. 2006. *Hubungan Persepsi Kualitas Produk dengan Intensi Membeli Sepeda Motor Honda*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: Indonesia.
- Chu, P. Y., Chang, C. C., Chen, C. Y., & Wang, T. Y. 2010. *Countering Negative Country-of-Origin Effects: The Role of Evaluation Mode. : European Journal of Marketing of Marketing.*
- Cooper , D. R., & Emory, C. W. 1996. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Demirbag, M., Tatoglu, E., Tekinkus, M. & Zaim, S. 2006. *An Analysis of The Relationship Between TQM Implementation and Organizational Performance: Evidence from Turkish SMEs. : Journal of Manufacturing Technology Management, Vol. 17, No. 6: 829-47.*
- Dinata, Jovita S., Srikandi Kumadji, & Kadarisman Hidayat. 2015. *Country of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli iPad di Indonesia. : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 25, No. 1 : 1-8.*
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Evelina, Nela. Handoyo D. W., & Sari Listyorini. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. : Diponegoro Journal of Social and Politic. Hal. 1-11.*

- Ferrinadewi, Erna. 2009. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haerudin, Heri. 2010. *Pengaruh Citra Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Minat Beli Konsumen*. Bandung: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- Hidayat, Rachmat. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. : *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11 (1), pp: 59 – 72.
- Hong, S.T. & Wyer, R.S. 1990. *Determinants Of Product Evaluation: Effects Of The Time Interval Between Knowledge Of A Product's Country-Of-Origin And Information About Its Specific Values*. : *Journal Of The Consumer Research*, Vol. 17, December, Pp. 277-88.
- _____. 1990. *Effects of Country of Origin and Product Attribute Information on Product Evaluation. An Information Processing Perspective*. : *Journal of Consumer Research*, Vol. 16 No.2, pp: 175-87.
- Hseish, M.H., Pan, S.L., & Setiono, R.. 2004. *Product, Corporate and Country of Origin Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis*. : *Journal of the Academic of Marketing Science*.
- Indrayani, Linda & I Nyoman Nurcaya. 2014. *Peran Persepsi Kualitas Produk dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Niat Beli Handphone Samsung Galaxy di Kota Denpasar*. : *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 3, No. 4 : 1-17.
- Jaffe, Eugene D. and Israel D. Nebenzahl. 2001. *National Image & Competitive Advantage: The Theory and Practice of Country of Origin Effect*. Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Kadek, Pratita Yanthi & I Made Jatra. 2015. *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar Bali*. Denpasar: Universitas Udayana.

- Kaynak, E., Kucukemiroglu, O., & Hyder, A.S. 2000. *Consumers' Country-Of-Origin (COO) Perceptions of Imported Products in a Homogenous Less-Developed Country*. : *European Journal of Marketing*, Vol. 34, No. 9/10:1221-1241.
- Keller, L.L. 1993. *Conceptualising, Measuring and Managing Customer-based Brand Equity*. *Journal of Marketing*. Vol. 57, No.1: 1-22.
- Kertajaya, Hermawan. 2010. *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler Philip, & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- _____. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, Jilid I*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama, Jilid II*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Alih Bahasa : A.B. Susanto*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kumala, Octaviantika Benazir. 2012. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada Tune Hotel Kuta Bali*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Lamb, Hair & McDaniel. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laroche, Michel, Nicolas Papadopoulos, Louise A. Heslop, & Mehdi Mourali. 2005. *The Influence of Country Image Structure on Consumer of Foreign Products*. : *International Marketing Review*. Vol. 22 No. 1 : 96-115.
- Lee, D. & Ganesh, G. 1999. *Effects of Partitioned Country Image in The Context of Brand Image and Familiarity A Categorization Theory Perspective*. : *International Marketing Review*, Vol. 16 No. 1.
- Lin. Nan-Hong & Bih-Shya Lin. 2007. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*. : *Journal of International Management Studies* Vol. August.
- Lindawati. 2005. *Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek "Lifebouy" di Surabaya*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Lyonita, Telly & Dyah Budiastuti. 2012. *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy)*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Permana, Magyar Slamet & Jony Oktavian Haryanto. 2014. *Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian Notebook Lenovo*. *Jurnal Manajemen*, Vol. XVIII, No. 03 : 365-380.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi keempat. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Pradipta, Dyah Ayu Anisha. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand image) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Pt Pertamina (Persero) Enduro 4t Di Makassar*. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin*.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Rossiter, John, R. & Percy. 1997. *Advertising and Promotion Management*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.

- Rosyidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. 2008. *Panduan Lengkap Mengasar SPSS 16*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sanyal, Shamindra Nath & Saroj, Kumar Datta. 2011. *The Effect of Country Origin on Brand Equity: An Empirical Study on Generic Drugs*, *Journal of Product & Brand Management*. : *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20, No. 2: 130-140.
- Sari, Anisa Kurnia. 2013. *Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. : *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), pp: 285-296.
- Schiffman & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen, Edisi 2*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A. B. & Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Mizan Publika Jakarta.
- Sutantio, Magdalena. 2004. *Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi (Studi Kasus Produk Merek Sharp di Surabaya)*. : *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. III, No. 3, 243-266.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

- Tull, D.S & L.R. Kahle. 1990. *Marketing Management*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. 2016. *Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Institute Perbanas. : Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 13–30.
- Zeithaml, Valirie A., & Mary Jo. 2003. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.