

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 4th Edition, Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregorius., Fandy Tjiptono, dan Yanto Chandra. 2004. *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi*. Yogyakarta: ANDI
- Gregorius, Chandra., dan Yantodan Tjiptono. *Pemasaran Global*. Yokyakarta: Pustaka, 2004
- Gita, Sarah. 2018. Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Restoran Jepang Sushi Tei Sun Plaza Medan). Medan: FISIP USU
- Hananto, Kitto. 2015. Pengaruh *Brand Image* dan *Country of origin* Terhadap Minat Beli Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Iphone di Kota Malang). Malang: FE UMC
- Hsieh, M.H. (2004). An Investigation of Country-of-origin effect using Correspondence Analysis, A Cross-national Context, *International Journal of Marketing Research*, 46(3), 267-295.
- Hair, Anderson. "Tatham, and Black." *Análisis multivariante* (1998).
- Iskandar. (2008). *Penelitian Pendidikan dan Sosial* . Jakarta: Gaung Persada Press
- Janita, Ike. 2005. *A New Perspective in Branding Strategy, Business and Careers*
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Plus 2000*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kompascom. 5 Besar Pasar Smartphone Indonesia Kuartal I-2020, Vivo Teratas, <https://tekno.kompas.com/read/2020/05/18/17223937/5-besar-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-i-2020-vivo-teratas?>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2020 pukul 19:10
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prehanlindo.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2003 *manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi ke-12. Jilid ke-1). Jakarta: Erlangga.
- Lee, D. and Ganesh, G. 1999. *Effects of partitioned country image in the context of brand image and familiarity*. International Marketing Review, Vol. 16 No. 1, pp. 18-39
- Lin, C.H., and Kao, D.T. 2004, The Impacts of Country-of-Origin on Brand Equity. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge.
- Mendrofa, Yoseph Baniader. 2012. Effect of Product Knowledge and Brand Image to Purchase Intention with HP Laptop Brand Price Discounts as Variables Moderated in Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, Vol. 1, No. 4. 1-6.
- Permana, Magyar Slamet dan 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.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta
- Setyaningsih, R. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi DOME di Surabaya)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen, Edisi 2, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma. 2007. Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta STIE YKPN

- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Supramono, & Haryanto. (2000). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Supranto, J. dan Limakrisna, N. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suria, Nurina. 2016. Pengaruh *Country of origin* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo di Jakarta). Malang: FE UB.
- Vianita, Sabrina. 2014. Pengaruh *Country of origin* Terhadap *Brand Image* Kosmetik Korea Selatan Pada Mahasiswi Program Sarja FISIP UI (Studi Pada Pembelian *Online* dan *Offline* Merek Etude House). Depok: FE UI.
- Wijaya, Sukma Bambang., Model Komunikasi Berasa Dalam Pemasaran Studie: Mengenai Iklan Ambient Media Dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen. *Journal Communication Spectrum*. 1. no. 1 (2011).
- Yasin, Norjaya Mohd., Mohd Nasser Noor dan Osman Mohamad. 2007. Does Image Of Country-Of-Origin Matter To Brand Equity? *Journal Of Product & Brand Management* Vol. 16, No.1: 38-48.