

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelkader, Osama Ahmed. (2015) *Influences of Country of Origin on Perceived Quality & Value According to Saudi Consumers of Vehicles. International Journal of Marketing Studies* 7(1), 93-105.
- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bilson Simamora, 2003, "Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel", Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama.
- Charlotte, R.H, Lidya. (2011) *Pengaruh Merek Berbahasa Asing Terhadap Keputusan Membeli Pada Produk Minuman Minute Maid Pulpy Orange Pada Mahasiswa Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi USU Medan*. Skripsi. Universitas Sumatra Utara : tidak diterbitkan
- Dinata, Jovita.S., Kumadji, Srikandi., Hidayat Kadarisman. (2015) *Country Of Origin Dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli(Survei pada calon konsumen yang berminat membeli iPad di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis* 25(1), 1-8.
- Durianto, Sugiarto, Sitinjak, Tony. (2001) *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Ergin, Elif., Akbay, Handan O., & Ozsacmaci, Bulent. (2014) , *Insights into Consumer Preference of Foreign Brand Names : Reality or Myth?*, *International Journal of Marketing Studies*, 6(4), 157-154.
- Ferdinand, Augusty. (2006) *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyah, Reny., Iriani, Sri Setyo. (2014) *Pengaruh Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1562-1572.
- Hidayat, Riki. (2014). *Pengaruh Bahasa Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin di Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar : tidak diterbitkan

- Kalicharan, Harrychand D. (2014) *The Effect And Influence of Country of Origin on Costumer's Perception of Product Quality And Purchasing Intention. International Business & Economics Research Journal. 13(5), 897-902*
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management* (14th ed) New Jersey : Prentice Hall
- Laroche, et.al. (2005). *The influence of country image structure on consumer evaluations of foreign products. Journal of Marketing Research. 22(1).*
- LeClerc, F., Schmitt, B. H., & Dube-Riou, L. (1994). *Foreign branding and its effect on product perceptions and attitudes. Journal of Marketing Research, 31(2), 263-269 (Online). www. Jstor.org (10 Maret 2016).*
- Paul Temporal & KC. Lee. (2002). *Hi-Tech Hi-Touch Branding*. Terjemahan Anastasia. Salemba Empat. Jakarta.
- Permana, Magyar Slamet. (2013). *Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian Pada Merek*. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana : tidak diterbitkan.
- Rangkuty, Freddy. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Riduwan. (2009). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Siti.P. (2014). *Analisis Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Product Advantage dan Brand Personality Terhadap Brand Image Serta Implikasinya Terhadap Minat Membeli Produk Lea Jeans*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Sianturi, Elfride Irawati. (2013). *Analisi Country of Origin dan Foreign Branding Terhadap Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Produk Kosmetika Pemutih, Jurnal Farmasi Indonesia, 6(4), 241-245.*
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (21)
Bandung : Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama
- Utami, Agustina.D. (2014) *Analisa Pengaruh Nama Merek Terhadap Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Dengan Gender Sebagai Variabel Moderator*. Skripsi. Universitas Airlangga: tidak diterbitkan.
- Villar, M. E., Ai, D. and Segev, S. (2012) "*Chinese and American perceptions of foreign-name brands*", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 21 No. 5, pp. 341-49.
- Yuliando, Kenshi Poneva.(2013). *Pengaruh atribut produk terhadap proses keputusan pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar di kota Padang*. Skripsi. Padang : Universitas Negeri Padang.