

DAFTAR PUSTAKA

- Setiadinanti, F. (2019). Pengaruh Pemberian Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek Puyo Silky Dessert.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Banjarnahor, Astri Rumondang; Sudarso, Bonaraja Purba Andriasan; Sahir, Syafrida Hafni; Kato, Risma Nurhaini Munthe Iskandar; Gandasari, Dyah; Purba, Sukarman; Ashoer, Muliana Muhammad; Tjiptadi, Diena Dwidienawati; Simarmata, Hendra Hengki Mangiring Paru. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Kussudyarsana. (2016). Persepsi Konsumen Atas Merek Lokal dan Asing Pada Kategori Produk Hedonik dan Utilitarian.
- Tjiptono, F. (2011). *Seri Manajemen Merek 01 - Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Product Advantage dan Brand Personality Terhadap Brand Image Serta Implikasinya Terhadap Minat Membeli Produk Lea Jeans .
- Tauhidi, H. (2008). Pengaruh Pemberian Merek Berbahasa Asing, Iklan, dan Media Terhadap Persepsi Konsumen.
- Atika, N. (2019). Analisis Pengaruh Merek dan Kualitas Produk Wardah (Produk Kosmetik / Kecantikan) Terhadap Persepsi Konsumen.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Saat Pandemi Covid-19 (Kasus Fitur Go-Food).

- Yee, C. C., & Yazdanifard, R. (2014). How Customer Perception Shape Buying Online Decision. *Global Journal Of Management and Business Research: E Marketing*, 13.
- Diantanti, N. P., Sunaryo, & Rahayu, M. (2018). Perbandingan Penggunaan Local-Name Brand dan Foreign-Name Brand Pada Produk Fashion di Kota Malang. *The Best Donut, Coffee, Yogurt, Sandwich, and Cronut*. (n.d.). Retrieved from <https://www.jcodonuts.com/id/en>
- Aruan, L. S., Yohana, C., & Yusuf, M. (2021). Peran Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitingjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Aswan, D. T. (2019, Januari 14). *TRIBUNWIKI: Donut J.CO Ternyata Asli Indonesia, Ini Sejarahnya, dan Gerainya di Makassar* Artikel ini telah tayang di *Tribun-Timur.com* dengan judul *TRIBUNWIKI: Donut J.CO Ternyata Asli Indonesia, Ini Sejarahnya, dan Gerainya di Makassar*, <https://makassar.tribunnews.com/2019/01/14/tribunwiki-donut-jco-ternyata-asli-indonesia-ini-sejarahnya-dan-gerainya-di-makassar?page=2> Retrieved from Makassar Tribune news:
- Majid, M. (2014, Desember 1). *Melihat Sejarah Bisnis J.Co Donut & Coffee*. Retrieved from Maxmanroe.com: <https://www.maxmanroe.com/melihat-sejarah-bisnis-j-co-donut-coffee.html>
- Ariesmendi, D. (2016). Pengaruh Foreign Branding Terhadap Percieved Quality dan Minat Beli Konsumen Pada Sour Sally Bandung.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains dan Manajemen Bisnis Indonesia*.
- Nasution, S. (2018). Penggunaan Bahasa Inggris Secara Maksimal Untuk Menyongsong Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015. *Jurnal Bisnis Net Vol.1 No.1*.
- Ibrahim, T. K. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Brand Preference (Suatu Studi Komparasi Pada Dunkin'

- Donuts dan J.CO di Kota Bandung). *Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Katolik*.
- Yurita, A. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. *thesis, Universitas Pasir Pengairan*.
- Utami, A. D. (2014). Analisa Pengaruh Nama Merek Terhadap Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen dengan Gender Sebagai Variabel Moderator. *Skripsi Universitas Airlangga*.
- Nasution, S. (2018). PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS SECARA MAKSIMAL UNTUK MENYONGSONGMASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2015.
- Ariesmendi, D. (2016). PENGARUH FOREIGN BRANDING TERHADAP PERCEIVED QUALITY DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SOUR SALLY BANDUNG.
- Ibrahim, T. K. (2018). PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP BRAND PREFERENCE (SUATU STUDI KOMPARASI PADA DUNKIN' DONUTS DAN J.CO DI KOTA BANDUNG). *SKRIPSI UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, NAMA MEREK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBEIAN.
- Yurita, A. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA MATIC DI DEALER PRIMA MOTOR PASIR PENGAIRAN. *thesis, Universitas Pasir Pengairan*.
- Utami, A. D. (2014). ANALISA PENGARUH MEREK TERHADAP PERSEPSI KALITAS DAN SIKAP KONSUMEN DENGAN GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERATOR.
- Suroso, G. (2015, Februari 12). *Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan Perekonomian Indonesia*. Retrieved from Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan: <https://bppk.kemenkeu.go.id/balai-diklat-keuangan->

malang/berita/masyarakat-ekonomi-asean-mea-dan-perekonomian-indonesia-
629029