

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, Paradita & Mudiantono. 2015. Pengaruh *country of origin perception*, *perceived quality* dan *consumer perception* terhadap *perchase intention* dengan *brand image* sebagai variabel intervening (studi pada oli fastron di kota Semarang). Jurnal Universitas Diponegoro, Vol 2 (1).
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Bukhori, Mohamad. 2009. Analisis variabel atribut produk yang mempengaruhi keputusan pembelian handphone sony ericson pada mahasiswa STIE Asia Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Asia*, 4(1): pp: 14-7.
- Dinata, Jovita S dkk. 2015. *Country Of Origin* dan pengaruhnya terhadap persepsi kualitas dan minat beli (survey pada calon konsumen yang berminat membeli ipad di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25 (1).
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Internet. <http://www.topbrand-award.com> (9 Februari 2017)
- Jaffe, Eugene D. and Israel D. Nebenzahl. 2001. *National Image & Competitive Advantage: The Teory and Practice of Country of Origin Effect*. Denmark: *Copenhagen Business School Press*.
- Kaldera, Regina. 2016. Pengaruh *Country of origin* (Negara asal) dan *brand awareness* (kesadaran merek) terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* (Studi Pada Mahasiswa FISIP USU Medan). Skripsi. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedua belas*. Jakarta: Indeks.
- _____ 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa : Hendra Teguh, Ronny A, Rusli Dan Benyamin Molan. Edisi Milenium 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Laroche, M, Papadopoulos, N, Heslop, Louise A, Mourali, M. 2005. *The Influence Of Country Image Structure On Consumer Evaluations Of Foreign Products*. *International Marketing Review*, Vol. 22 Iss: 1, pp.96 – 115

- Listiana, Erna. 2013. Pengaruh *Country of Origin* Terhadap *Perceived Quality* dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 8 (1).
- Novemba, Ghora & Wijaya, Andi. 2014. Pengaruh strategi harga dan garansi produk terhadap penjualan pada UD. *Mitra Niaga. Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*, Vol. 3 (4).
- Novemba, Ghora dan Wijaya, Andi. 2014. “Pengaruh Strategi Harga Dan Garansi Produk Terhadap Penjualan Pada UD. *Mitra Niaga*”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 3 (4).
- Permana, Magyar Slamet dan Haryant, Oktavian Jony. 2014. Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen*, Volume XVIII, No. 03 Oktober 2014: 365-380
- Putra, Putu Agus Wira & Seminari Ni Ketut. 2014. Pengaruh fitur, layanan pelengkap dan garansi terhadap keputusan pembelian handphone (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar). *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol 3 (8).
- Riduwan & Akdon. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosyidi, Syaiko. 2009. Analisis Pengaruh *Brand, Country of Design dan Country of Assembly* Pada Persepsi Kualitas dan Niat Beli. *Potensio*, Volume 11. No. 1, Juli 2009-2010, pp.10-33.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Konsumen*. Bogor : Kencana.
- _____ 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Shafayet Ullah, G.M. 2011. *Effect of Warranty on Purchase Decision of Electronic Products: An Empirical Research from the Perspective of Bangladesh. Industrial Engineering Letters*. ISSN 2225-0581, 1(1) pp:11-25.
- Sodik, Nur. 2002. Analisis Keberhasilan Persepsi Konsumen Pada Negara Asal (country of origin) terhadap Kualitas dan Harga Produk Otomotif : Survey Terhadap Konsumen di Kota Surakarta 2002.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Sutedi. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Tati, Putri Wahyu dkk. 2015. Pengaruh *Country Of Origin* dan *Global Brand Image* terhadap minat beli dan keputusan pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25 (1).
- Tjiptono dan Chandra, G. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- _____ 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wang, Xuehua and Zhilin Yang. 2008. "*Does Country-of-Origin Matter in the Relationship between Brand Personality and Purchase Intention in Emerging Economies? Evidence from China's Auto Industry*", *International Marketing Review*, 25, 4, 458-474.
- Wijaya, Toni. 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* .Yogyakarta : Univ. Atma Jaya.
- Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Garansi> (5 Mei 2017)
- Yasin, Norjaya M., Noor, Mohd Nasser dan Mohamad, Osman. 2007. *Does Image Of Country Of Origin Matter To Brand Equity?. Journal Of Product And Brand Management*. Vol.6, pp. 38-48.