

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Abdullah, thamrin, francis Tantri, 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: raja grafindo perkasa.
- Alexander, L.Biel (1992). "Converting Image Into Equity" *Journal of Advertising Research. Chapter 5*. California.
- Budiarto, Teguh and Fandy Tjiptono. 2007. *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Chovanova, H. Et al. 2015. Impact of Brand on Consumer Behavior. ScienceDirect. *Economics and Finance* 34 (2015) 615-621.
- Dr. Sudaryono (2016). *Manajemen pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET.
- Engel, james, et al, 2006. *Consumer behavior*, mason: permissions department, thomson business and economics.
- Fitriyah, Reny dan sri setyo iriani. 2014. Pengaruh negara asal terhadap persepsi kualitas. *Jurnal manajemen fakultas ekonomi universitas negeri surabaya*. Vol 2 no. 4:1564
- Ghalandri, K., & Norouzi, A. 2012. The Effect of Country of Origin on Purchase Intention: The Role of Product Knowlege. *Research journal of Applied Sciences, Engineering and Tecnology*, 1161-1171.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hsieh, Ming-Huei *and* Shan-Ling. 2004. Product-,Corporate-, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. *Academy of Marketing Science*.32(3) : 251
- Infantyasning, Primi. 2001. *Pengaruh Citra Negara Asal Produk (Country Image) Terhadap Keinginan Membeli Konsumen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Jaffe, Eugene D and Israel D. Nabenzahl. 2001. *National image and competitive advantage : the theory and practice of country -of – origin effect*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Kotler, Amstrong. 2007 . manajemen pemasaran jilid 1. Alih bahasa oleh Benyamin molan. Edisi 12 Jakarta:PT Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, and Bob Sabran. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* 14th edition. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lin, Long-Yi., & Chen, Chun- Shuo. 2006. The Influenca of The Country of Origin Image, Product Knowlege and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: An Empirical Study of Insurance and

Catering Services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, 248-265.

Listiana , Erna, dan elida, Sri syabanita, 2014. Pengaruh country of brand dan country of origin thdp asosiasi merek (studi pd pelanggan produk elektronik). *Media ekonomi dan manajemen* , vol. 29, no. 1, januari 2014, pp. 1 – 14. Surachman 2008 dasar-dasar manajemen merek , alat pemasaran untuk memenangkan persaingan.

Meenaghan, T. 2001. Sponsorship and Advertising: A Comparison of Consumer Perceptions. *Psychology & Marketing*, 191-215.

Nachrowi. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keluarga*”, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006.

Prawiroharjo, Sarwono. 2011. Ilmu Kandungan. Jakarta : PT Bina Pustaka

Ratri, Lutiary Eka. 2007. Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. Jakarta: Salemba Empat.

Salelaw, GashawTibebe, & Singh, A. 2015. The effects of advertising Spending and Event Sponsorship on brand quality in the ethiopian brewery industry. *Global journal of management and business research: E Marketing*, 15 (10).

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.

- Shimp, T. A. 2004. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (5th ed.). Jakarta: Erlangga
- Siregar, Syofian (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta, KENCANA.
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Surya Adi Dharma, N., & Sukaatmadja, I. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(10). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/14527>
- Sugiyono (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B (2012). Bandung, ALFABETA
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Tjiptono. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- W Mahestu Noviantra Krisjanti. 2007. *Evaluasi Pengaruh country-Of-Origin, Merek, Dan Harga Pada Pembelian Produk Susu Import*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta: KINERJA, Volume 11, No.1, Th. 2007: Hal. 64-75.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*, (6)9:1875-1879.

Yunus, N. S., & Rashid, W. E, 2016. The Influence of Country of Origin on
Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China.
Procedia Economics and Finance, 343-349.

<https://www.dwe.com>

<http://swa.com>

<https://m-liputan6-com>