

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa Oleh Aris Ananda. Jakarta. Mitra Utara.
- Budiyanto,I made. 2016. Pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di desa Sidan, kec. Gianyar, kab.Gianyar tahun 2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*. Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.7,No.2,2016.5228-5238
- Ferdinand, C Enril dan Nugraheni, Rini. 2013. Analisis pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki (Studi pada pembeli-pengguna sepeda motor Suzuki di kota Solo). *E-jurnal Undip*. Universitas Diponegoro. Vol.2,No.2,2013.2337-3792
- Godey,Bruno., Pederzolli,D., Ajello,G.,Donvito,R., Chan, P., Oh, H., Singh,Rahul., Skorobogatykh,I., Tsuchiya,J., Weitz,B. 2012. Brand and country of origin on consumers' decision to purchase luxury product. *Journal of Business Research*. Vol.65, No.10,2012, 1461-1470
- Goetsch, D.L dan Davis, S, 1994. *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs. NJ, Prentice Hall International Inc
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Grebitus. Carola, Yue. Chengyan, Bruhn. Maike, Jensen, H. 2007. Milk-Marketing: Impact of Perceived Quality on Consumption Patterns. *European Association of Agricultural Economics*. Vo.46,No.7.2007. 215-232
- Harjati, Lily dan Sau, Lusia O. 2015. Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian The Body Shop. *E-Journal Widya Ekonomika*. Institut Bisnis dan Informarika Kwik Kian Gie. Vol.1,No1.2015.169-175
- Harsono S. 2014. Negara asal merek (*country of origin*) dan hubungannya dengan persepsi kualitas serta kepercayaan pada merek produk sepatu olah raga. *Forum Manajemen Indonesia*.Program Studi Manajemen,STIE Perbanas Surabaya.
- Kandasany,C. 2014. Impact of Customer Brand Perceived Quality on Buying Intention of Durable Products- ACustomer View. *International Journal of Management and Science Research Rivew*. Vol. 1, Issue.3.2014.2212-2217

- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta.
- Le,HT., Nguyen,PV., Dinh,HP., Dand,CH. 2017. Effects of country of origin and product features on customer purchase intentions: A study of imported powder milk.*Academy of Marketing Studies Journal*. Vol.21,No1.2017.1-19
- Listiana, Erna.2012. Pengaruh Country of origin terhadap perceived quality dengan moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.8.No.1,2017 403-429
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Munjiati Munawaroh, 2012, *Manajemen Operasi: Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif*, LP3M, Yogyakarta.
- Oto,Detik. 2009. Kawasaki KLX 150 Bakal keluar april 2009. <https://oto.detik.com/berita/1063632/kawasaki-klx-150-bakal-keluar-april-2009>. Diakses tanggal 11 januari 2017.
- Peter, J Paul.,Olson,Jerry C.Olson. 2013. *Perilaku Konsumenn & Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Salemba Empat
- Putra, Andi SU, Suharyano. Mawardi, M Kholid. 2012. Penaruh *country of origin* dan *price* terhadap keputusan pembelian (survey terhadap konsumen Xiaomi di Indonesia, Malaysia, Singapura dan Filiphina). *Jurnal Admiinstrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya. Vol.40,No.20,2016.2008-2019
- Uma Sekaran, 2006. *Research Methods for business*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.
- Radar Banten. 2015. *Sejarah lahirnya Motorcross di Dunia*. <http://www.radarbanten.co.id/sejarah-lahirnya-motocross-di-dunia/>. Diakses 2 November 2017.
- Satriyo, Guntur A dan Astuti, Sri R T. 2016. Pengaruh perceived quality, county of origin, dan promosi terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Gading

Makmur di Jepara. *Diponegoro Journal of Management*. Universitas Diponegoro. Vol.5, No.4, 2016, 2237-3792

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga. Jakarta

Shaharudin, MR., Mansorm SW., Hassan, AA., Omar, MW., Harun, EH. 2011. The relationship between product quality and purchase intention: The case of Malaysian's national motorcycle/scooter manufacturer. *African Journal of Business Management*. Vol.5, No.20, 2011, 8163-8167

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press

Suria, N Nadhif. Kusuma, Andriani. Pangestuti, Edriana. 2016. Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo Di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya. Vol.38, No.1. 2016. 1872-1881.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia. Malang

Yanthi KP. 2015. Pengaruh *country of origin*, *brand image*, dan *perceived quality* terhadap minat beli sepeda motor honda beat di kota Denpasar. *e Journal Manajemen Unud*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali, Indonesia. Vol.4, No.11, 2015: 3852-3881