

DAFTAR PUSTAKA

- Aaer, A. David. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa Oleh Aris Ananda. Jakarta. Mitra Utara.
- Ambrawati, Arie Tri Hertati. 2006. Hubungan Persepsi Kualitas Produk dengan Intensi Membeli Sepeda Motor Honda. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Budiyono, Bernard NM. 2004. *Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Chih, C, Y., P. J. Lin dan C. S Chen. 2013. “*How Brand Image, Country Of Origin, and Self, Congruity Influence Internet Users, Purchase Intention. Society For Research*”.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro.
- Grebitus, Carola. et al. 2007. *Milk-Marketing: Impact of Perceived Quality on Consumption Patterns. European Association of Agricultural Economics*.
- Haerudin, Heri. 2010. *Pengaruh Citra Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan, Bandung.
- Hseish, M..H., Pan,, S.L., Setiono, R. 2004. *Product, corporate and country of origin dimentions and purchase behavior: A multicountry analysis. Journal of the Academic of Marketing Science*.
- Ivana Haryanto. 2015. *Pengaruh Cpuntry Of Origin Image terhadap Brand Equity Melalui Mediasi Elemen Brand Associations, Brand Loyalty dan Brand Awareness Pada Air Conditioner (AC) Merek LG Di Surabaya*. Universitas Surabaya.

- Jovinta, S Dinata., Srikandi, Kumandi., Kadarisman, Hidayat. 2015. *Country Of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar Bali*.
- Kadek, Pratita Yanthi.,I, Made Jatra. 2015. *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar*. Bali.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip – prinsip pemasaran*, edisi 12 jilid , Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi Millenium, PT. Ikrar Mandiri, Jakarta.
- Kotler Philip. Gary Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Erlangga.
- Kumala, Octaviantika Benazir. 2012. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap minat beli konsumen pada Tune Hotel Kuta Bali. Skripsi. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Krisjanti. W Mahestu Noviandra. 2007. *Evaluasi Pengaruh Country Of Origin Merek, dan Harga Pada pembelian Produk Susu Import*. Redaksi Kinerja, Jurnal Bisnis dan Ekonomi.

- Lindawati. 2005. *Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek "Lifebouy" di Surabaya*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Liputan6. 2015. *Otomotif.liputan6.com, Data Penjualan Mobil Di Indonesia 2015*. <http://otomotif.liputan6.com/read/2364634/penjualan-mobil-nasional-capai-8532-ribu-per-oktober-2015>. Diakses tanggal 2 maret 2016.
- Muhammad Reza Syaiful Amri.2015. *Merek Country Of Origin, Sikap Konsumen dan Memilih Produk*.Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Roslina. 2009. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*.
- Schiffman dan Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta
- Semisena. 2015. *Jual Lebih Dari 7 Juta Mobil Toyota Jadi produsen Terlaris Di Dunia*. <https://www.semisena.com/11352/jual-lebih-dari-7-juta-mobil-toyota-jadi-produsen-terlaris-di-dunia.html>. tanggal 2 Maret 2016.
- Setyawan, Adhi Fery. 2010. *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Quality, dan Brand Loyalty terhadap Minat Beli Telepon Seluler Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi*

Universitas Diponegoro Semarang). Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA

Tjiptono, Fandy. 2005, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua,Penerbit Andi, Yogyakarta.

Veni Rafida ., Saino. 2014. *Country Of Origin, Perceived Quality, dan Minat Beli*. Universitas Negeri Surabaya.

Wang, X., Z. 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*.

Wirawan, Nata. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Infensia) Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Denpasar: Keramat Pustaka.

Yaseen, Nazia; Tahira, Mariam; danGulzar, Amir. 2011. *Impact of Brand Awareness, Perceived Quality and Customer Loyaltyon Brand Profitability andPurchase Intention: A Resellers’ View. Journal of Contemporary Research In Business*

Yasin, N.M., Noor, M.N. and Mohamad, O.(2007), “*Does Image of Country of Origin Matter to Brand Equity*” *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 16 No. 1, pp. 38-48.