

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, A. (2013). *Pengaruh Country of Origin dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Makanan Gudeg khas Jogja yang berada di Kota Bandung*. Sarjana strata 1. Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Balabanis, G., and Diamantopoulos, A. (2011). Gains and Losses from the Misperception of Brand Origin: The Role of Brand Strength and Country of Origin Image. *Journal of International Marketing, American Marketing Association* Vol. 19, No. 2, 2011, pp. 95–116.
- Bilkey, N.J., and Nes, E. (1982). Country of Origin Effects on Product Evaluation. *Journal of International Business Studies*, Vol. 8, Spring/Summer, pp. 89-99.
- Canli, Z.G., and Maheswaran, D. (2000). Cultural variations in country of origin effects. *Journal of Marketing Research*, Aug 2000: 37, 3, ABI/INFORM Global pp. 309.
- Cateora, P.R., and Graham, J.L. (1999). *International Marketing*, 10th. Edition, Irwin McGraw-Hill.
- Citra, A.C., dan Syahlani, S.P. (2008). Efek Merek Domestik Vs Asing Dan Informasi Country of Origin Terhadap Persepsi Dan Sikap Konsumen : Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susus Olahan ini. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23, No 2, 2008, 164-177.
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. (2011). *Business Research Method*, 11<sup>th</sup> Edition, Mc Graw-Hill Inc, New York.
- Durianto, D. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Edward, (2010). *Preferensi Konsumen Dilihat dari Faktor Country of Origin, Brand, Harga, Desain dalam Industri Sepatu*. TS-R-2010-0067, Program Tesis. Universitas Bina Nusantara, Jakarta (publish).
- Handoko, T.H. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II, Cetakan Keempat Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Hartono, (2004). *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ikmasari, P., Isayanto, P., dan Hersona, S. (2008). Analisis Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi kasus pada Mahasiswa ABC Universitas XYZ). *Jurnal Manajemen*, Vol. 7, No. 1, 2008, Hal. 362-384.

- Infantyasning, P. (2001). *Pengaruh citra negara asal produk (country image) terhadap keinginan membeli konsumen*. Sarjana strata 1. Universitas Diponegoro, Semarang (publish).
- Jogiyanto, H.M. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. edisi pertama, BPFE-Yogyakarta.
- Keagan., Warren, J., Moriarty, S.E., and Duncan, T.R. (1995). *Marketing, Third Edition*. PrenticeHall International Inc, Engelwood Cliffs, New Jersey.
- Keller, K.L. (1998). *Strategic Brand Management : Building, Measuring And Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid. 1. Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid. 2. Jakarta.
- Krisjanti, W.M.N. (2007). *Evaluasi pengaruh Country-Of-Origin, Merek, dan Harga pada pembelian produk susu import*. Sarjana strata 1. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta (publish).
- Lin, C.H., and Kao, D.T. (2004), The Impacts of Country of Origin on Brand Equity. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, September.
- Maheswaran, D. (1994). Country of Origin as a Stereotype: Effects of Consumer Expertise and Attribute Strength on Product Evaluations. *Journal of Consumer Research*, 21 (2), pp. 354–65.
- Maheswaran, D. (2006). Nation Equity: Incidental Emotions in Country of Origin Effects. *Journal of Consumer research*, Vol. 33, December 2006.
- Okechuku, C., and Onyemah, V. (1999), Nigerian Consumer Attitudes Toward Foreign and Domestic Products. *Journal of International Business Studies*, 30 (3), 611–32.
- Paswan, A.K., and Sharma, D. (2004). Brand-Country of Origin (COO) Knowledge and COO Image : Investigation in an Emerging Franchise Market. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 13 No. 2/3, pp. 144-155.
- Putri, R. L., dan Fajrianti, (2012). The Effect of Country of Origin Reputation on Buyer Trust of Changhong China Electronic Products. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi* 63, Vol. 1, No. 02, Juni 2012.

- Rachmaningrum, R. (2011). *Analisis Pengaruh Produk, Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada konsumen Sepeda Motor Honda Beat)*. Sarjana strata 1. Universitas Diponegoro, Semarang (publish).
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Rosmajidin, A. (2012). *Pengaruh Differensiasi, Positioning, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Prabayar IM3 di Maranatha*. Sarjana strata 1. Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Roth, M.S., and Romeo, J. B. (1992). Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects. *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, pp. 477-497.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Model for Business A Skill Building Approach*, 4<sup>th</sup> Ed, Penerbit John Wiley and Sons Inc, New York.
- Setyaningsih, R. (2008). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Ekuitas Merek untuk meningkatkan minat beli ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi DÔME di Surabaya)*. Program Tesis. Universitas Diponegoro, Yogyakarta (publish).
- Sihombing, S.A. (2005). The Influence of Country of Origin, Consumer Ethnocentrism, and Consumer Attitude toward Purchase Intention of Domestic and Foreign Brand. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 12, No.1, Hal 1-22.
- Sinambela, S. (2010). Pengaruh Merek dan Dimensi Kualitas Pada Produk Sepatu Olahraga Nike Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, ISSN: 0216-5112.
- Sivakumar, V. J. (2000). Country of Origin and Its Impact On Brands. *Department Of Management Studies, National Institute of Technology*.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. cetakan ke-13 oktober 2011, Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. cetakan ke-1 Februari 2013, Alfabeta, Bandung

Susanti, R., dan Kustijana D. H. (2010). Efek pengaruh dari negara asal (Country of Origin) dan pengetahuan produk pada evaluasi produk dan niat pembelian produk sepeda motor. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 1, Hal. 1-10.

Sutanto, J. E., Dan Winata, R. H. (2012). Impact Of Brand, Country Of Origin, Trust In Company, And Price Towards Buying Decision (Case Hair Extension Product In Surabaya). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 17, No. 1.

Shimp, T.A., and Sharma, D. (2005). Brand Origin Recognition Accuracy: Its Antecedents and Consumer's Cognitive Limitations. *Journal of International Business Studies*, 36 (4), 379–97.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

Verlegh, P.W.J., and Steenkamp, E.M. (1999). A Review and Meta-Analysis of Country of Origin Research. *Journal of Economic Psychology*, 20 (5), 521–46.

Yasin, N. M., 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.

<http://id.scribd.com/doc/54768566/Seminar-Proposal>: *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Evaluasi Produk, Persepsi Kualitas Dan Keinginan Membeli Konsumen (Produk Kosmetik Dekoratif)*. (diakses pada tanggal 10 Maret 2013)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Gartner>. (diakses pada tanggal 15 January 2013)

<http://www.gartner.com/newsroom/id/2335616>. *Worldwide Mobile Device Sales to End Users by Vendor in 2Q12(Samsung)*. (diakses pada tanggal 1 Maret 2013)

<http://www.marketing.co.id/blog/2012/08/27/kevin-keller-apa-itu-merek-kenapa-merek-itu-penting-1/>. (diakses pada tanggal 1 Maret 2013)

<http://m.android-indonesia.com/forum/berita-terbaru/34426-samsung-smartphone-android-bidik-semua-segmen>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://www.tempo.co/read/news/2013/02/26/090463861/Samsung-Minat-Bangun-Pabrik-Gadget-di-Indonesia>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

[http://ms.wikipedia.org/wiki/Korea\\_Selatan](http://ms.wikipedia.org/wiki/Korea_Selatan). (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/117109>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://share.pdfonline.com/cc4df1ecf9a94c7b99e9e68b4e89591c/BAB%20I%20NEW.htm>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://log.viva.co.id/news/read/394010-samsung-raih-5-penghargaan-bergengsi-di-mwc-2013>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://blog.bukukita.com/users/number1/?postId=12685>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://www.indogamers.com/read/26/11/2012/6475/>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://puakasatelit.blogspot.com/2012/10/smartphone-baruku-samsung-galaxy-ace.html>. (diakses pada tanggal 18 April 2013)

<http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2012/12/10/7-alasan-kenapa-iphone-5-mahal-di-indonesia-514942.html> (diakses pada tanggal 5 Mei 2013)