

## DAFTAR PUSTAKA

- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotler dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 2.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertaasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Sangadji, Etta Mamang, Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. Muslich Lutfi. 2014. *Analisis Data Untuk Riset Manajene dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Sujarweni, Wiratna V. 2015. *Metodologi Penelitian Bisni & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bandung: IPB.
- \_\_\_\_\_. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Wiratha, Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktis*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

## **Jurnal dan Skripsi:**

- Adji, Jennifer dan Hatane Samuel. 2014. Pengaruh *Satisfaction* dan *trust* Terhadap Minat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) di Starbucks *The Square* Surabaya. Surabaya: Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra.
- Dinata, Jovita S. Srikandi Kumadji. Kadarisman Hidayat. 2015. *Country of Origin* dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli Ipad di Indonesia). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 No. 1. Universitas Brawijaya
- 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). Medan: FISIP Universitas Sumatera Utara.
- Listiana, Erna. 2012. Pengaruh *Country of Origin* terhadap *Perceived Quality* dengan Moderasi Etnosentris konsumen. Bandung: *Jurnal Administrasi Bisnis FISIP - Unpar*, Vol.8, No.1: hal. 21–47.
- Martono, Sri Setyo Iran. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Roanda, Tampubolon. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Pada Minat Beli Konsumen Tupperware di Kota Payakumbuh. Payakumbuh: Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Saydan, Reha. 2013. *Relationship between Country of Origin Image and Brand Equity: An Empirical Evidence in England Market\**. *International Journal of Business and Social Science*. Yuzuncu Yil University. Vol. 4 No. 3; March 2013.
- Sepriadi, Mhd. Suhendra. 2015. Pengaruh *Country of Origin* Terhadap *Perceived Value* dengan *Consumer Ethnocentrism* sebagai variabel Moderator. Medan: FISIP Universitas Sumatera Utara.
- Shirin, Khosrozadeh. Kambiz, Heidarzadeh Hanzaaee. 2011. *The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions*. *Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran*. August 2011, Vol. 10, No. 8, 601-615.
- Utomo, Eko Aditia Sri, Sanaji. 2013. Pengaruh *Country of Origin* dan Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai pada Produk Telepon Seluler. *Jurnal Ilmu Manajemen* Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, / Volume 1 Nomor 3 Mei 201.
- Ravida, Veni. Saino. 2015 Pengaruh *Country of Origin* terhadap Minat Beli dengan *Perceived Quality* sebagai Variabel Intervening (Studi Pada

Pengunjung Artomorro Selluler Kota Madiun). Surabaya: Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya.

**Sumber lain:**

<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS41636516> diakses pada 27 Oktober 2016.

[http://www.studymarketing.org/articles/Brand\\_Management/What\\_is\\_Perceived\\_Quality?.html](http://www.studymarketing.org/articles/Brand_Management/What_is_Perceived_Quality?.html) diakses pada 11 November 2016.