

## DAFTAR PUSTAKA

- Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Ali, Faried. 1997. *Metodologi Penelitian Sosial Dalam Bidang Ilmu Administrasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Andi M. Sadat. 2009. *Brand Belief (Strategi membangun merek berbasis keyakinan)*. Jakarta: Salemba Empat
- Ariefianto, Moch. Doddy. 2012. *Ekonometrika Esensi Dan Aplikasi Dengan Menggunakan Eviews*. Jakarta: Erlangga
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Edisi Revisi IV. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Astuti dan Cahyadi, 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda* . Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No.2 Agustus 2007
- Boyd, H.W., O.C. Walker and J.C. Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Imam Nurmawan. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, E. Jerome McCarthy. 2008. *Basic Marketing : A Global-Managerial Approach*. Singapore : McGraw Hill
- Chernatory, Lesli de, 2010, *From Brand Vision to Brand Evaluation: The Strategic Process of Growing and Strengthening Brand*, Elvisie Ltd., Burlington
- Czinkota, Michael R, dan Ikka A Ronkainen. 2013. *International Marketing 10th Edition*. South-Western: Cengage Learning.

- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fatmawati, Indah. 2004. *Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Rumah Sakit Muhammadiyah Yogyakarta*. Majalah Utilitas Vol. 12, 2 Juli 2004. Yogyakarta : UMY.
- Gary B. Shelly, Thomas J, & Misty.E, 2007. *Discovering Computers : Fundamentals, 3thed*. (Terjemahan). Jakarta: Salemba Infotek
- Garvin & Davis. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Terjemahan M.N. Nasution. Erlangga
- Gujarati, N. Damodar. 1999. *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan oleh Sumarno Zain. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Cetakan keempat, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Han, C. Min. 1989. Country Image: Halo or Summary Construct?. *Journal of Marketing Research*, Vol. XXVI, 222-9.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Medpress
- Hawkins dan Coney. 2005. *Consumer Behavior*. Washington: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hawkins, et. al., (2007). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy, 10<sup>th</sup> Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hoyer, Wayne D., Deborah J. MacInnis, Rik Pieters. *Consumer Behavior 6th edition*. South-Western : Cengage Learning.
- Hsieh, Ming-Huei, dkk. 2004. Product, Corporate, and Country Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, (32)3: 251 270
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:Alfabeta.

- Iswari, Riana dan Retno Tanding Suryandari, 2003. Analisis Pengaruh Citra Supermarket Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis & Ekonomi Manajemen* Vol. 3. 2. 2003: 81-93. Surakarta: Fakultas Ekonomi UNS.
- 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.
- Javed, Asad dan Syed Amjad Fari Hasnu. 2013. Impact of County-of-Origin on Product Purchase Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research – An Open Access International Journal, Vol.1.*
- Jefkins, Frank, 1996. *Essential of A Public Relations. Heinemann Asia*, Singapore.
- Kandampully, Jay., and Dwi Suhartanto.2000. Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12 (6): 346351
- Keegan, Warren J. dan Mark. C. Green. 2013. *Global Marketing*. Harlow: Pearson.
- Keller, KL. 2003. *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*. Upper Sadle River, NJ Pearson Education International
- Kotabe, Masaki, dan Kristian Helsen. 2011. *Global Marketing Management fifth edition*. Wiley : John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*, Terjemah, Hendra Teguh Dan Ronny Antonius Rusli, Jilid 2, Ninth Edition, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Buku 2. Diadaptasi oleh A.B. Susanto. 2001. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler. 2007. *Marketing An Introduction (Eight Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 . Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli AK), Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 14 Edition*. Harlow : Pearson
- Koubaa, Yamen. 2008. Country of origin, brand image perception, and brand image structure. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic Vol. 20, No. 2, 139-155*.
- Kusmayadi., Sugiarto, Endar. 2000. *Metode Penelitian dalam Bidang. Kepariwisataan*. Jakarta: PT Gramedia Pusataka Utama
- Laroche, Michael, Nicolas Papadopoulos, Louise A. Heslop, dan Mehdi Mourali. 2005. The Influence Of Country Image Structure On Consumer Of Foreign Products. *International Marketing Review*. Vol. 22, No. 1: 96-115.
- Machin, David and Michael Campbell. 1987. *Statistical Table for the Design of Clinical Trial*. London: Blackwell Scientific Publication.
- Magdalena, Puspita Astria. 2015. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap International Brand Image serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Malhorta, Naresh. K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jilid 1, Diterjemahkan Soleh Rusyadi Maryam. Jakarta: PT. Indeks
- Masterson, Rosalind, and David Pickton. 2013. *Marketing an Introduction Third Edition*. : SAGE Publication Ltd
- Mayasari, Lusi Indah. 2011. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Nama Merek, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pencuci Pakaian Bubuk Attack*. Universitas Diponegoro: Semarang
- Morais, Duerte B. 2005. *Fostering Loyal Customer Relationships*. University Park: School of Restaurant and Recreation Management.

- Muhammad, Ikhsan. 2014. *Pengaruh Brand Endorses Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Mustafa, Zainal EQ. 2013. *Mengurai Instrumen Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nasution, S. 2007. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Neuman, Lawrence. 2013. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Seventh Edition*. Edinburgh: Pearson Education Limited
- Ni Luh W. Sayang Telagawathi. 2014. *Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi di Bali*. STIE Triatma Mulya Badung: Bali
- Oladepo, Onigbinde Isaac dan Odunlami Samuel Abimbola. Mei 2015. The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumer in Lagos State, Nigeria. *British Journal Marketing Studies Vol.3, No.4*, 97-109.
- Octora, Levina. 2011. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta
- Parasuraman, A. 2002. *Service Quality*. Coral Gables: University of Miami, Library Assessment and Benchmarking Institute Monterey.
- Rahmawati, 2002. *Create a Value Of Brand With Personality*. Usahawan No.10.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rogerson, W.P. (1983), "Reputation and product quality", *The Bell Journal of Economics*, Vol. 14 No. 2, pp. 508-16.
- Riduwan. 2008. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sarwoko. 2005. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Schiffman, Leon & L. Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.
- Shimp, Terence A. 2003. *Advertising & Promotion: Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication*, 5 th Ed. University of South Carolina, Jilid II, Alih Bahasa : Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Shirin, Khosrozadeh, dan Heidarzadeh Hanzaee Kambiz. Agustus 2011. The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions. *Chinese Business Review*, Vol.10, No.8, 601-615.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Utama
- Singarimbus, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sivanesan, Dr. R. 2014. Impact of brand image and advertisement on consumer buying behavior – comparative study of rural and urban konsumen. *International Journal of Research in Management & Business Studies*. Vol. 1 Issue 2.
- Smith, Paul,R. 1995. *Marketing Communication an Integrated Approach*. Ed 2. Kogan Page. London
- Sugiharti. 2012. Membangun Citra Merek yang Positif dalam Rangka Menciptakan Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan. *JBMA 1 (1) : 54 64*
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing
- Suria, Nadhifi Nurina. *Pengaruh Country of Origin Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian*. Universitas Brawijaya: Malang.
- Suryani, Tatik. 2008. *Strategi Pemasaran*. Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 1999. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPTE
- Tang, W. (2007). "Impact of corporate image and corporate reputation on customer loyalty : A review". *Journal of Management Science and Engineering*. Vol 1(2)
- Taniredja, T. and H. Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Penerbit Alfabeta – Bandung
- Tjahyadi, Rully Arlan. 2006. *Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik*
- Tjiptono, Fandy. (2002). "*Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Februari: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management and Strategy*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Tulipa, Diah dan Ninuk Muljani. October 2015. The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya-Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol.6, No.5.
- Wicaksono, Muhammad. 2007. *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijanarko, Himawan. 2004. *Power Branding Membangun Merek unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan

Wisnalmawati. 2005. "Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang". *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, No. 3, Jilid 10.

Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*, (6)9: 1875 1879

Zeithaml, Valerie A. dan Mary Jo Bitner. 2005. *Customer Contributions and Roles in Service Delivery*. North Carolina: University of North Carolina.

Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta; Graha Ilmu.

**Website:**

[www.statistik.kominfo.go.id/](http://www.statistik.kominfo.go.id/) (diakses pada pada tanggal 20 November)

[www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id) (diakses pada pada tanggal 20 November)

[www.arenalte.com/berita/industri/data-gfk-terbaru-2016-pengguna-smartphone-indonesia/](http://www.arenalte.com/berita/industri/data-gfk-terbaru-2016-pengguna-smartphone-indonesia/) (diakses pada pada tanggal 25 November)

[www.windowphonearea.com/top-ten-factors-purchase-windows-phone-vs-android-vs-ios/](http://www.windowphonearea.com/top-ten-factors-purchase-windows-phone-vs-android-vs-ios/) (diakses pada pada tanggal 25 November)

[www.gartner.com](http://www.gartner.com) (diakses pada pada tanggal 25 November)

<http://marketeers.com/sekitar-93-orang-indonesia-akses-internet-lewat-smartphone/> (diakses pada tanggal 1 Desember)

[www.statista.com/statistics/263437/global-smartphone-sales-to-end-users-since-2007/](http://www.statista.com/statistics/263437/global-smartphone-sales-to-end-users-since-2007/) (diakses pada tanggal 14 April)

Nedi. Hubungan Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Palembang).

[www.thewinnerlife.multiply.com](http://www.thewinnerlife.multiply.com).20 April 2008 (diakses pada tanggal 9 Januari)

[www.tekno.kompas.com/](http://www.tekno.kompas.com/) (diakses pada tanggal 19 Oktober)

[www.tekno.liputan6.com](http://www.tekno.liputan6.com) (diakses pada tanggal 19 Oktober )

[www.de-tekno.com](http://www.de-tekno.com) (diakses pada tanggal 30 November)