

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Al Qhornisa, Ansora. 2015. *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Kesan Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Merek Lokal Dan China Di Kota Semarang*. Strata 1 Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Angelia, Cindy. (2012). *Analisis Pengaruh Country Of Origin terhadap Brand Equity dengan Brand Strengty dan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Produk Multivitamin Anak Scott's Emulsion)*. Program Studi Manajemen Universitas Sebelas Maret.
- Ariningsih, Endah Pri., Titin Ekowati., & Murry, H.S. (2016). Peran Kategori Produk sebagai Pemoderasi Citra Negara Asal Pada Ekuitas Merek. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 20-29.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. (2007). "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3". *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Ay, Yasin et al. 2013. *A rare complication of pre-Eisenmenger patent ductus arteriosus: Pulmonary artery dissection* Int J Surg Case Rep. 2013; 4(5): 483–485. Available
- Basu Swastha.(2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPF
- Ermawati, Putri Wahyu., Achmad Sudiro., Nur Khusniyah., (2016). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Asosiasi Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pelanggan Hypermarket Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. Vol 14 No 2.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2012. *Partial Least Square "Konsep, Teknik dan Aplikasi " SmartPLS 2.0 M3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdana, Auditya (2015). Analisis pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol.3, No.1

Iswari, Trangono. Retno, Latifah. Fatma. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia, Jakarta. hal. 48

Ivana Haryanto. 2015. *Pengaruh Country 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.

Kasbella, Wahyuni Putri., Putu Nina Madiawati. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Jafra. *e-Proceeding of Management*, 4, 660.

Killa, Maklon. 2008. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Volume 23 No. 4*. Yogyakarta: Bagian penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada

Koo, K. C. (2012, 05 April). Cosmetics: High-tech meets emotion. Diakses Februari 23, 2017, dari The Korea Herald:
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20120410001252>

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.

Koubaa, Y. 2008. *Country Of Origin, Brand Image Perception, and Brand Image Structure. Asia Pacific Journal Of Marketing and Logistics*. Vol.20. No.2. Page 139-155

Kristianto. 2011. *Psikologi Pemasaran, Buku Seru* : Yogyakarta.

Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research : an applied orientation, pearson education, inc.*, fifth edition. New Jearsey : USA

Marsus, S. (2014, 23 Desember). Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan. Diakses Februari 23, 2017, dari Strategi Pembangunan Korea Selatan:
<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/150-artikel-keuanganumum/20268-strategi-pembangunan-korea-selatan>

Muzzaqqi, Aim., Achmad Fauzi., Imam Suyadi., (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek (Survei pada konsumen pembeli dan pengguna produk sari

apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.31 No.1*

Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Octavianti, 2012. "Menumbuhkan kesadaran merek produk dalam media social", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2, Universitas Padjadjaran, Bandung. ISSN:2088-981X. Online Dokumen URL: <http://jurnalilkom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalilkom/article/view/27/21> (diakses pada tanggal 12 Juli 2017)

Pappu, R. et al., (2006), *Consumer Based Brand Equity And Country of Origin Relationship: Some Empirical Study*. *Journal of International Business studies*. Vol. 38(5), pp. 726-745.

Pratiwi, Ni Luh Putu Mira., Ni Nyoman Kerti Yasa 2015. *Peran Brand Image Sebagai Pemediasi Pengaruh Country Of Origin Pada Brand Equity*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 9, No. 1*.

Putra, Andri Satria Utama., Suharyono., M. Kholid Mawardi (2016). *Pengaruh Country Of Origin dan Price Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.40, No. 2*

Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Plus Analisis Kasus dengan SPSS)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratna, Ermawaty 2009. *Pengaruh Country Of Origin terhadap persepsi konsumen pada kualitas produk mobil buatan Jerman, Amerika, dan Jepang*. Magister Management Universitas Indonesia

Retno Iswari Tranggono , Fatma Latifah. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Rofiq, Ainur., Suryadi, Nanang dan Nur Faidah, Nita. 2009. "Peranan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Telepon Seluler". The 3rd National Conference on Management Research.

Sanyal, Shamindra Nath., dan Saroj, Kumar Datta. 2011. *The Effect of Country Origin on Brand Equity: An Empirical Study on Generic Drugs*, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20, No. 2: 130-140.

Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Shimp, T.A. 2010, *Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition*. South-Western: Cengage learning.

Subekti, Arief Yulian. (2010). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair Dalam Kemasan "Indomilk", Program Strata (S1)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS

Umar, Husein. 1991. *Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Vianita, Shabrina (2014). *Pengaruh Country Of Origin terhadap Brand Image Kosmetik Korea Selatan pada Mahasiswi Program Sarjana FISIP UI (Studi pada pembelian online dan offline merek Etude House.)* Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Yoon, Y. S., & Maseod, M. (2003). *Politik Ekonomi Masyarakat Korea. In Sejarah Berkembangnya Ekonomi Korea (Hal. 133-139)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

