

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker,D. (2014). *Aaker on Branding 20 Principles That Drive Success*. Jakarta:Gramedia.
- Baskara,Y. (2017). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Volkswagen Golf (studi kasus pada nuvolks community Jakarta)*. e-Proceeding of management : Vol.4, no.2 Agustus 2017.
- Fauziyyah,S., Dimyati,M., & Suryaningsih,I,B. (2018). *Pengaruh Negara Asal Terhadap Niat Pembelian Melalui Citra Merek Oleh Konsumen Sepatu Di Kota Bandung*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vo. 12 No. 2.
- Harits, A.W. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Setan Jember*. Skripsi. Universitas Jember.
- Hair,J.F., Black,W.C., Babin,B.J., Anderson,R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Pretince Hall.
- Heriyati,P, & Septi. (2015). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian*. Binus business School. Journal Of Business Strategy and Axecution. Vol. 2
- Keegan, W. J. And Mark, C. G. 2013. *Global Marketing*. Harlow:Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ketiga Belas. Jakarta. Erlangga
- Kumara. (2010). *Perception of Country of Origin: an approach to identifying expectation of foreign products*. Journal of brand management. 17, 343-353.
- Kusumaningtyas,G.D., Suharyono, & Abdillah,Y.. (2017). *Pengaruh Country Of Origin Terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya Pada Minat Pembelian (Studi pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli Mobil Toyota Avanza Di Jakarta)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vo. 43 No. 1

- Mahanani,E. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com*. Skripsi. Universitas Persada Indonesia YAI.
- Nugroho,S. (2010), "*Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*". Jakarta: Kencana.
- Paradamas,D.Y. (2013). *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Android (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Purwitasari,T., Yulianto,E., & Wilopo. (2018). *Pengaruh Merek dan Negara Asal (Country Of Origin) Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei pada mahasiswa pengguna Oppo atau Samsung smartphone di Fakultas ilmu Administrasi Angkatan tahun 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 61 No. 1.
- Risnawati,L.,& Imanuddin,H. (2015). *Pengaruh gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk Revlon* (studi pada remaja perempuan kota Bogor).e-Proceeding of management : vol.2, no.1 April 2015.
- Rizky,L., & Fajrianthi. (2012). *Pengaruh Reputasi Negara Asal (Country Of Origin Reputation) terhadap Kepercayaan (Trust) pada Pembeli Produk Elektronik Merek Changhong China*. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. Vol. 1 No. 2
- Saito, S. (2017). Review Casio G-Shock GA-120-1A | Jam tangguh dengan harga 'ekonomis'. 15 November 2018. dari <https://www.indowatch.co.id/review-casio-g-shock-ga-120-1a-jam-tangguh-dengan-harga-ekonomis/>
- Schiffman, Leon,G., & Kanuk,L.L. 2010. *Consumer Behavior*. Ed. 10. Pearson. Education.
- Sekaran, U. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta; Salemba Empat.
- Simamora,B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta.
- Tokopedia. (2018). Rekomendasi jam tangan pada situs belanja online tokopedia. 1 nov 2018. dari <https://www.tokopedia.com/blog/top-merk-jam-tangan-pria-terbaik/>

Top Brand. (2018). Top Brand Index Kategori Jam Tangan. 1 nov 2018. dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2018

Wijaya,D.N., Sunarti, dan Pangestuti,E. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei pada Konsumen Staarbucks, Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 55 No. 2.

