

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansi, Lizar. 2010. *Financial Services Marketing: Membidik Konsumen Perbankan Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cant M. C., Strydom J. W., Jooste C. J., dan du Plessis P. J. (2009). *Marketing Management*. Johannesburg: Juta and Company Limited.
- Chen, Han-Shen & Hsieh, Tsuifang (2011). *A Study of Antecedents of Customer Repurchase Behaviors in Chain Store Supermarket, The Journal of International Management Studies, Vol. 6, Num.3.*
- Dwi priyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haubl, G. 1996. A Cross-National Investigation of The Effect of Country of Origin and Brand Name on The Evaluation of a new car. *International Marketing*.
- Hellier K. Phillip, Gus M. Geursen, Rodney A. Carr, John A. 2003. *European Journal of Marketing*. Vol. 37 No. 11/12, . hal. 1762-1800
- https://id.wikipedia.org/wiki/Korea_Selatan
- https://id.wikipedia.org/wiki/Krisis_finansial_Asia_1997
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga Bilson,
- Simamora, 2004, *Riset Pemasaran*, Jakarta, Gramedia Utama
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- Listiana, Erna, dan Sri Syabanita Elida. (2014). *Pengaruh Country Of Brand Dan Country Of Origin Terhadap Asosiasi Merek (Studi Pada Pelanggan Produk*

- Elektronik). *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 29, No. 1, Januari 2014, pp.1-14.
- Listiana, Erna. 2012. *Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen*. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2012), Vol.8, No.1: hal. 21–47.
- Musay, F.P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang*. *Universitas Brawijaya*. Malang
- Permadi, Yusuf Setia. (2011). *Pengaruh Citra Country Of Origin Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Brand Equity (studi kasus pada pengguna produk elektronik buatan Jepang di kota Solo)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Pratiwi, Suci Made., Suwendra, Wayan I., Yulianthini, Nyoman Ni .2014. *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Diatro Ruby Soho Singaraja*. e-Journal Bisma Universitas Ganesha.Singaraja : Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Räty, Liisa. (2009). *DOES COUNTRY MATTER? The Country of Origin Effect On Sports Apparel Users' Brand Perceptions*. Master Thesis. Department of Marketing and Management Helsinki School Of Economics: Helsinki.
- Rosyidi, Suherman, 2009. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vrontis, Demetris, Alkis Tharssou, and Claudio Vignali. (2006). *The Country of Origin Effect on The Purchase Intention of Apparel: Opportunities And*

Threats For Small Firm. *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 3, Nos 3-4, pp 459-476.

Yun-Tsuo, Huang, Kuo-Wei, Lee. & Wei-Yuan, Chan (2011). *An Empirical Study of Consumer's Repurchase Intention of Tablet PC*.

