

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J., &Semuel, H. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, 1-10.
- Andari, R., & Napu, D, M. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik di Davina Tour and Travel Gorontalo. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol.VI No.1, 1013-1014.
- Andriani, R. (2015). Pengaruh Negara Asal (*Country of Origin*), Merek, dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Kosmetik di Yogyakarta, 82-84.
- Ambarwati, M., Sunarti., &Mawardi, M, K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Merek Pepsodent. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, No. 1, 4-5.
- Babin.,& Barry. (2011). *Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea*. *Journal of Service Marketing*, Vol.19, 133-139.
- Blazevic, V., Hammedi, W.,& Garnefeld, I. (2013). *Journal of Service Management*, 294-313.
- Cakir,F., &Cetin, A. (2013).*The Effects of Word of Mouth Communication On The Consumers Travel Agency Choices*. *International Journal of Business and Management Studies*, Vol .5, No.1, 173-174.
- Fajariah, F. (2014). Analisis Pengaruh Hedonic Value, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Kualitas Layanan dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Dengan Mediasi Customer VALUE Studi kasus pada Oriflame Produk Lipstik di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 13, No. 1, Mei 2014, 74 - 96.
- Ghozali, I.(2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 160-162.
- Hidayati, T, A., Suharyono., & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Merek Indomie. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*Vol. 2 No. 1, 164-167.

- <https://idtesis.com/metode-deskriptif/2012/1.html>. (2012). (data diakses pada tanggal 16 oktober 2017 pukul 11.40 WIB).
- Jaffe, E. D., & Israel, D.N.(2001). *National Image & Competitive Advantage: The Teory and Practice of Country of Origin Effect*. Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Keller, Ed. (2007). *Unleashing the Power of Word of Mouth: Creating Brand Advocacy to Drive Growth*. The Journal of Advertising Research. ARF.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Listiana, E., & Elida, S. (2014). Pengaruh *Country of Brand* dan *Country of Manufacture* Terhadap Asosiasi Merek pada Produk Elektronik. *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol.29, No.1, 4-5.
- Malhotra, N, K. *Riset Pemasaran*. (2009). Jakarta: PT. Indeks, 161-162.
- Malhotra, N, K. (2010). *Marketing Research*, Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall, 221-223.
- Peterson, A. & Jolibert, J.P.(2005).A Meta-Analysis of Country-Of-Origin. *Journal of International Business Studies*, 26 (4), 883-900.
- Priyatno. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 73-75.
- Sari, D, I. (2015). Pengaruh *Brand Loyalty dan Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Pelanggan KFC Bekasi. *Widya Cipta*, Vol.7, No.2, 156-158.
- Sinrungtam., & Wasana. (2013). *International Journal of Business and Management* 51-62.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta. 96-97.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, CV. Bandung. 218-219.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Alfabeta, Bandung. 117-120.
- Susanti, R., & Kustijana, D, H. (2010).Efek dari Country of Origin dan Pengetahuan Produk Padaa Evaluasi Produk dan Niat Pembelian Produk Sepeda Motor. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol.10, No.1,1-10.
- Tjiptono, F. (2003). *Marketing Scales*. Andi. Yogyakarta.

- Trusov, M., Randolph E. B., & Pauwels, K. (2009). *Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site*. *Journal of Marketing*, Vol.73, 90-95.
- Usman, H. (2006). *Pengantar Statistika*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 181-184.
- Utomo, E, A. (2013). Pengaruh *Country of Origin* dan Persepsi Kualitas Terhadap Persepsi Nilai Pada Produk Telepon. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1, No.3, 872-876.
- Vianita, S., & Rosinta, F. (2014). Pengaruh *Country of Origin* terhadap *Brand Image* Pada Kosmetik Korea Selatan, 4-5.
- Wicaksono, M, P, A., & Seminari, N, K. (2016). Pengaruh Iklan dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.8, 5103-5104.
- Yunita, A., & Haryanto, J. (2012). Pengaruh Word of Mouth, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.11, No.1, 79-81.
- Yunita, Y, L., & Oktaria, V. (2012). Pengaruh Produk, Kualitas Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di De Boliva Signature Sutos. *Student Journal*, 160-162.
- Yusuf & Nurihsan. (2010). *Landasan Bimbingan dan Konseling*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 168-171.
- Zarei,A., & Kazemi, A. (2014). *The Impact of Positive Word of Mouth on Store Brand Purchase Intention with Mediated Effect of Store Image and Image Perceived Risk Towards SBs*. *Journal Account Mark*, ISSN 2168, Vol.3, 154-15