

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. 2014. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2009. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fendy. 2013. Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference Sebagai Mediasi Pada Mobil Merek Toyota Kijang Innova Di Surabaya. *Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala*, Vol. 2, No. 1.
- Fetscherin, Marc dan Mark Toncar. 2015. Country of Origin Effect on U.S. Consumers' Brand Personality Perception of Automobiles from China and India. *Multinational Business Review*, Vol. 17 Iss 2 pp. 111 - 128
- Garuda, Ahmad. investasi besar wuling, hanya peringatan untuk mobil jepang. 24 – 03 – 2018. <http://otomotif.metrotvnews.com/mobil/ZkeWdEAN-investasi-besar-wuling-hanya-peringatan-untuk-mobil-jepang> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2018)
- Husein, U. 2011. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pusaka.
- Ikhsan, M. 'Kuda Hitam' Mobil China. 21-02-2018. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180219175331-385-277240/kuda-hitam-mobil-china>. (Diakses pada tanggal 18 Maret 2018)
- Ikhsan, M. Ini PR Besar Mobil China Jika Ingin Sukses di Indonesia. 11 – 02-2016. <https://www.mobil123.com/berita/ini-pr-besar-mobil-china-jika-ingin-sukses-di-indonesia/37019> (Diakses pada tanggal 20 Maret 2018)
- Kim, Renee B., 2016. The Mediating Role Of Brand Knowledge And Involvement On The Relationship Between Country-Of-Origin And Brand Preference, *Journal of Actual Problems Of Economics*, Vol. 28, No. 1.
- Kim, Yungwook. 2006. Do South Korea Companies Need to Obscure Their Country-of-Origin Image?: A Case of Samsung. Seoul: Ewha Women University.

- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. 2013. *Marketing places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states, and nations*. New York: Free Press.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey. Perntice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ketiga Belas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 14 Edition. Harlow : Pearson.
- Kusumaningtyas dkk, 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 (JAB)/Vol. 43 No. 1*.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research*, Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran* Jakarta: PT. Indeks.
- Natali. 2013. *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nayazri, Ghulam. 2018. *Upaya Wuling Merusak Pasar Jepang di Indonesia*. 12 – 2 2018. <https://otomotif.kompas.com/read/2018/02/12/150200315/upaya-wuling-merusak-pasar-jepang-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2018)
- Pasaribu, Alviansyah. 2018. Geliat mobil China, bersaing di segmen gemuk hingga upaya melawan stigma. 01-01-2018. <https://otomotif.antaranews.com/berita/674551/geliat-mobil-china-bersaing-di-segmen-gemuk-hingga-upaya-melawan-stigma>. (Diakses pada tanggal 20 Maret 2018)
- Pradono, Anindiyo. Kiprah Wuling Motors Menginvasi Pasar Indonesia. 06-02-2018. <https://www.oto.com/berita-mobil/kiprah-wuling-motors-menginvasi-pasar-indonesia-21171874>. (Diakses pada tanggal 27 Maret 2018)
- Priyatno, Dwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, Body. 2015. Pengaruh Country of Origin, Merek Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Avanza Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta Vol. 7, No.4, Maret*.

- Sanduan, S. 2013. *Perilaku Konsumen dan Perilaku Pembelian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saragih, Febri Ardani. 2018. Penjualan Mobil China di Indonesia Sudah Lampau Jerman. <https://otomotif.kompas.com/read/2018/01/26/100200515/penjualan-mobil-china-di-indonesia-sudah-lampau-jerman>. (Diakses pada tanggal 20 Maret 2018)
- Sekaran, U. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora, B. 2009. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya. Pustaka Utama.
- Sofyan, N. 2017. Pengaruh Country Of Origin, Perceived Quality Dan Consumer Perception Terhadap Purchasing Intention Melalui Brand Image Sepeda Motor Honda Jenis Matic Di Kecamatan Bantul, *Jurnal Manajemen Dewantara Vol 1*. No 2.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sutisna, 2011. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2009. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Vinh, Tran Trung, 2016. The Relationship among Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intention: Empirical Evidence from the Motorbike Market in Vietnam. *International Journal of Economics and Finance; Vol 8*. No. 3 ISSN: 1916-971.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli , and Usep Suhud. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6*, No. 1.
- Yeong, Neoh Chee. 2017. Purchase Preference of Selected Malaysian Motorcycle Buyers: The Discriminating Role of Perception of Country of Origin of Brand And Ethnocentrism, *Asian Academy of Management Journal, Vol. 12*, No. 1, 1–22, January.