

DAFTAR PUSTAKA

- Nurchahyo,S.& Henny W. (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*, 12-24
- Agvi,R.(2015). Analisis Pengaruh Citra Merk, Persepsi Kualitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening (*Studi Kasus Pada Honda Freed Di Kota Semarang*). *Published Skripsi S1. Universitas Diponegoro*
- Brian Hesmu Nurchahyo(2016) Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pembelian (*Studi Pada Pengunjung Taman Joglo Cafe*) *Published Skripsi S1 Universitas Diponegoro*
- Fure, Ferdianto. 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No.1, Hal 367-377. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SamRatulangi.
- Ainnur Rofiq,M. Hufrom (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Powernoise Store(*studi kasus konsumen powernoise store malang*)e–Jurnal Riset Manajemen, Universitas Malang
- Yasnimar Ilyas (2018) Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Teknologi *E-commerce* Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Layanan Go-jek di Wilayah Kecamatan Cibinong, STIE Dewantara
- Jackson R.S. Weenas (2013) Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta Universitas Sam Ratulangi Manado
- Desy Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
- ImamFebri Cahyadi (2014), Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu

Formula (Studi Pada Konsumen Susu Formula SGM Di Kota Yogyakarta) *Published Skripsi SI* Universitas Negeri Yogyakarta

AmaliaGhaizani A,Edriana Pangestuti,Lusy Deasyana Rahma Devita (2018) Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Brand Image* dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian(Survei *Online* Pada Konsumen *Skin Care* Etude House di Indonesia)Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) |Vol. 58 Universitas Brawijaya

Muhammad UlilLeonardo B Hasiolan,S.E., M.M,Djamaludin Malik S.Pd M.SiPengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo(Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak)Universitas Pandanaran Semarang

Roth, Martin S., Jean B. Romeo. (1992)” Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country of Origin effects”. Journal of International Busines Studies. Third Quarter: pp 477-495.

Robbins, S. P. 2006. Perilaku Organisasi. Edisi Lengkap, Edisi Kesepuluh. Penerbit Indeks, Jakarta

Setiadi, N. J., (2003) Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media

Sciffman, Leon dan Lesslie Lazar Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Ketuju. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, 2007.Manajemen Pemasaran, Vol.1, Edisi 12, Jakarta:Fakultas Ekonomi, Univeritas Indonesia

Tati, Putri, Suharyono, edy yulianto, 2015. Pengaruh *country of origin* dan *global brand image* terhadap minat beli dan keputusan pembelian (survey pada konsumen yang membeli smartphone Samsung Galaxy di asia tenggara) universitas brawijaya, Malang. Jurnal administrasi bisnis

Nurchahyo, henny, 2017 Pengaruh *Country of origin*, *perceived quality* dan *consumer perception* terhadap purchasing intention melalui *brand image* sepeda motor Honda jenis matic di kecamatan bantul universitas sarjanawiyata taman siswa, Yogyakarta. Jurnal manajemen dewantara