

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, S. (2019). Pengaruh Country Of Origin, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Smartphone Xiaomi Di Jabodetabek). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Amre, S. D. (2018). Consumer's Purchase intention for foreign products: An empirical study on Indian working professionals. *IOSR Journal of Business and Management*.
- Ariesmendi, D., & Saraswati, T. (2016). Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Quality Dan Minat Beli Pada Sour Sally Bandung. *e-Proceeding of Management Vol.3 No.2*.
- Arifi, A. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Pengetahuan Konsumen, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung). Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Arifin. (2019). Pemasaran Era Milenium. 18.
- Aruan, L., Yohana, C., & Yusuf, M. (2022). Peran Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan Vol.2 No.2*.
- Brenda, S., & Ladkoo Adjnu, D. (2018). Country of origin effects on consumer buying behaviours: A case of mobile phones. *Studies in Business and Economics* 13 (2), 179-201.
- Charmasson, H. (1995). The Name is The Game. *IL, Dow Jones-Irwin Inc.*
- Dasinaa, S., & Delina, E. J. P. (2015). Spatial Distribution of Mineral Water Bottle Usage in Batticaloa District: A Case Study. *Proceedings of the 4th International Conference, South Eastern University of Sri Lanka.p:2*.
- Fatmaningrum, S., Susanto, & M, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Freste. *Jurnal Mea*.
- Fifa, N. (2018). Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Product Advantage dan Keputusan Pembelian Tas Elizabeth Melalui Brand Personality Sebagai Variabel Intervening di Jember. Universitas Jember.
- Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. *CAPS (Center for Academic Publishing Service)*
- Hasan. (2018). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. *Center for Academic Publishing Service*.
- Hasanah, S., Wulandari, J., & Subagja, G. (Mei 2021). Analisis Foreign Branding, Harga Dan Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif Bisnis Vol.4 No.1*.

- Hornikx, J., & Meurs, F. (2017). Foreign Languages In Advertising As Implicit Country-Of-Origin Cues: Mechanism, Associations, And Effectiveness. *Journal of International Cunsumer Marketing Vol.29, No.2*, 60-73.
- Kadir. (2016). Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian. *Rajawali Pers*.
- Kepferer. (1989). Brand Management. *The Free Press*, 217.
- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Managemen. *Pearson Education Limited*
- Kotler; Armstrong. (2018). Principles Of Marketing. *Pearson Education Limited*.
- Kotler; Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. In A. B. Molan, *Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat*. Jakarta.
- Leclerc. (1994). Foreign branding and its effect on product perceptions and attitudes. *Journal Of Marketing Research*.
- Leclerc, Scmitt, & Dube. (1994). Foreign branding and its effect on product perceptions and attitudes. *Journal of Marketing Research*, 226.
- Morovican, A., & Kummer, C. (n.d.). Country of Origin VS Foreign Branding: Does Incongruent Verbal Package Information Affect Consumers' Purchase Intention? *Entrenova*.
- Narimawati, & dkk. (2020). Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis. *ANDI*.
- Nst, N. (2018). Pengaruh Foreign Branding Terhadap Minat Beli Sour Sally Kota Medan (Studi Pada Mahasiswa/I Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Universitas Sumatera Utara.
- Priyatno. (2018). SPSS. *ANDI*, 107.
- Rahmi, A. (2016). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Kafe Merek Asing Dan Kafe Merek Lokal di Kota Bandung Consumer. Universitas Telkom.
- Rhadinal, F., & Chairy. (2020). The Effect of Brand Name on Customer Purchase Intention: An Experimental Study. *European Journal of Molocular and Clinical Medicine ISSN 2512-8260 Vol. 07, Issue 01*.
- Schmitt, B. H. (2011). Foreign Branding Perceptions and'. *Journal of Marketing*, 31(2), 263-270.
- Setiadinanti, F., & Nurhayati, I. (2019). Pengaruh Pemberian Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek Puyo Silky Dessert Di Kota Bandung. *JIM UPB Vol.7 No.1*.
- Sugiyono. (2013). *Alfabeta*, 250.
- Sugiyono. (2014). Statistika Untuk Penelitian. *Penerbit CV. ALFA BETA*, 3.
- Sugiyono. (2015). Statistik Nonparametris untuk Penelitian. *Alfabeta*, 12.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif*
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. *Alfabeta*.
- Sulhaini, Sagir, J., & Sulaimiah. (2019). Foreign Brand Admiration Among Young Consumers in Indonesia. *International Research Journal of Business Studies*.
- Susan, N. (2014). Manajemen Pemasaran. *Erlangga*, 199.
- Trisliantanto, D. A. (2020). Metode Penelitian. *ANDI*.
- Yunus, R. S. (2018). Analisis Pengaruh Bahasa Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi Jurusan Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 19.
- Zikmund, & Babin. (2013). Business Research Methods. *CENGAGE: Learning Custom Publishing*.
- <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- <https://today.line.me/id/v2/article/8vV72q>
- <https://tirto.id/le-minerale-versus-aqua-bertarung-di-pasar-berlanjut-di-pengadilan-c9Sa>
- <https://www.mayoraindah.co.id/content/Riwayat-Singkat-Perusahaan-33>
- <https://www.leminerale.com/>
- <https://www.hipwee.com/sukses/foreign-branding/>