

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Ismi Nur et al. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 12 No. 4
- Akbar, Cholis (2012). *Melawan Mindset Konsumerisme*. Diperoleh tanggal 26 Juni 2016, Dari <http://www.hidayatullah.com/artikel/opini/read/2012/05/08/3997/melawan-mindset-konsumerisme.html>
- Anggraeni, Putri Noor (2012). *Analisis Brand Relationships Produk Fashion Kategori Affordable Luxury pada Konsumen Merek Asli Sekaligus Merek Imitasi : Studi pada Konsumen Muda*. Tesis pada Universitas Indonesia
- Chairy & Yuliana, Tasya (2013). *Determinan Sikap Dan Intensi Membeli Produk Fashion Palsu*. Jurnal dari Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia.
- Cheng, Shih-I., Fu, Hwai-Hui. & Tu, Le Thi Cam (2011). *Examining Customer Purchase Intentions for Counterfeit Products Based on a Modified Theory of Planned Behavior*. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(10). Diperoleh tanggal 3 Februari, 2015 dari [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_1\\_No\\_10\\_August\\_2011/35.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_1_No_10_August_2011/35.pdf)
- Faizal, Achmad. (2012, Oktober 11). *Jual Jam Tangan Merk Palsu, 4 Toko Digerebek*. *Kompas*. Diperoleh tanggal 1 Februari 2016, dari <http://regional.kompas.com/read/2012/10/11/1834356/Jual.Jam.Tangan.Merk.Palsu.4.Toko.Digerebek>
- Fake Goods Tempting Young Adults. (2004), *BBC News*. Diperoleh tanggal 2 Juni 2016, dari <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3541758.stm>
- Fernandes, Cedwyn. (2013). *Analysis of counterfeit fashion purchase behaviou in UAE*, *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, Vol. 17 Iss 1 pp. 85 – 97
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program.Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, Puspitasari Dwi (2015). *Analisis Faktor Pendorong Pembelian Baju Branded Replika Secara Online*. Skripsi pada Universitas Telkom
- Griffin, Alex (2015). *10 best men's digital watches*. INDEPENDENT, UK. Diperoleh tanggal 26 Juni 2016 dari <http://www.independent.co.uk/extras/indybest/gadgets-tech/best-mens-digital-watches-10245261.html>

- Hatammimi, Jurr & Wulandari, Dea Ayu. (2014) *Internal Factors that Motivate College Student to Become ICT-Based Entrepreneur* Proceedings of International Conference on Research Methods in Management and Social Sciences(ICRMMS-2014).
- Hair. *et al* (2010). *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey : Pearson Education.
- Hana, Nurul. (2012) *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Produk Tiruan Dari Produk Bermerek Mewah dan Pengaruhnya Terhadap Intensi Pembelian Produk Tiruan Dari Produk Bermerek Mewah*. Tesis Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen
- Kementrian Perindustrian (2014). *Berita Industri Indonesia*. Diperoleh tanggal 12 Mei 2016, dari <http://kemenperin.go.id/artikel/9703/Kerugian-Akibat-Peredaran-Barang-Palsu-Capai-Rp-65-T>
- Khan, Viroj. (2014), *CASIO G-SHOCK Executive Summary*. Diperoleh tanggal 2 Juni 2016, dari [http://www.slideshare.net/firojkhani786khan/casio-1?from\\_action=save](http://www.slideshare.net/firojkhani786khan/casio-1?from_action=save)
- Kikuo Ibe Interview (2012), *Notes by CASIO G-SHOCK*. Diperoleh tanggal 26 Juni 2016, dari <https://www.facebook.com/notes/casio-g-shock/interview-with-the-father-of-g-shocks-kikuo-ibe/196976073771702/>
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary (2012). *Principle of Marketing 14 edition*. New Jersey : Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K, L (2012). *Marketing Management edisi 14*. London: Pearson Education
- Lazuardy, Muhamad (2011). *Pengaruh Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Antara Citra Merek Dan Loyalitas Terhadap Jam Tangan Casio*. Skripsi pada Universitas Esa Unggul. Diperoleh tanggal 26 Mei 2016, dari <http://digilib.esaunggul.ac.id/public/>
- Madjid, A. A. (2011, September 12). *Mewaspada Konsumerisme di Indonesia*. *Detikfinance*. Diperoleh tanggal 12 Mei 2016, dari <http://finance.detik.com/read/2011/09/12/072517/1719933/722/mewaspada-ai-konsumerisme-di-indonesia>

- Marcketti, Joy M Kozar Sara B. (2011). *Examining ethics and materialism with purchase of counterfeits*, Social Responsibility Journal, Vol. 7 Iss 3 pp. 393 – 404
- Moutinho, Xuemei Bian Luiz. (2011), *Counterfeits and branded products: effects of counterfeit ownership*, Journal of Product & Brand Management, Vol. 20 Iss 5 pp. 379-393
- Mulyatiningsih, Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Nazir, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nordin, et al (2013). *A Study On Factors Influencing The Intention To Purchase ofLuxury Brands*. International Conference on Entrepreneurship and Business Management (2013).
- Perretta, Stephen A. Stumpf Peggy E. Chaudhry Leeann, (2011), *Fake :can business stanch the flow of counterfeit products?*, Journal of Business Strategy, Vol. 32 Iss 2 pp. 4 – 12
- Pitoko, R. A. (2016, February 9). *8 Kritik Tajam untuk Kota Bandung*. Kompas. Diperoleh tanggal 12 Mei 2016, dari <http://properti.kompas.com/read/2016/02/09/153201621/8.Kritik.Tajam.untuk.Kota.Bandung>.
- Pradhan, Dipesh & Sujatmiko, Nugroho (2014). *Can smartwatch help users save time by making processes efficient and easier?*. Midterm report – INF 5261
- Pratama, Sandy Indra. (2015, Agustus 7). *Mabes Polri Sita Ribuan Produk Chanel Palsu di Jakarta*. CNN Indonesia. Diperoleh tanggal 1 Februari 2016, dari <http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150807110250-12-70648/mabes-polri-sita-ribuan-produk-chanel-palsu-di-jakarta/>
- Puspongoro, Candra. (2014, Juni 20). *Tim Mabes Polri Sita 51 Unit Jam Tangan Aigner Palsu*. Tribun. Diperoleh tanggal 1 Februari 2016, dari <http://batam.tribunnews.com/2014/06/20/tim-mabes-polri-sita-51-unit-jam-tangan-aigner-palsu>
- Raza, Muhammad Ali, et al. (2014). *The Determinants of Purchase Intention towards Counterfeit Mobile Phones in Pakistan*. Journal of Public Administration and Governance, 4(3), 2161-7104.

- Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Fokusmedia
- Rivki. (2015, Agustus 18). *Polda Metro Sita Ratusan Jam Tangan Swiss Army Palsu*. *Detik News*. Diperoleh tanggal 1 Februari 2016, dari <http://news.detik.com/berita/2995017/polda-metro-sita-ratusan-jam-tangan-swiss-army-palsu>
- Sahin, A. & Atilgan, K.O. (2011). *Analyzing factors that drive consumers to purchase counterfeits of luxury branded products*. *The Journal of American Academy of Business*.
- Santoso, Singgih. (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Kumputindo
- Sekaran, Uma. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (4th ed) - Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesepuluh. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Taniredja, Tukiran & Mustafidah, Hidayanti (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung : AlfaBeta
- Teah, Ian Phau Min. (2009), *Devil wears (counterfeit) Prada: a study of antecedents and outcomes of attitudes towards counterfeits of luxury brands*, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 26 Iss 1 pp. 15 – 27
- Trisdiarto, Tommy Hendro (2012). *Pengaruh Faktor Sosial Dan Personal Terhadap Sikap Dan Niat Beli Konsumen Untuk Barang Fashion Palsu Di Kota Denpasar Dan Kabupaten Badung*. Tesis pada Universitas Udayana Denpasar
- User. (2014, Agustus 14). *Polda Riau Geledah 5 Toko di Plaza Sukaramai, Barang Merek Rip Curl Palsu*. *Berita Riau*. Diperoleh tanggal 1 Februari 2016, dari <http://beritariau.com/berita-245-polda-riau-geledah-5-toko-di-plaza-sukaramai-barang-merek-rip-curl-palsu-disita.html>

Wahyuni, Tri (2015, Desember 10). *Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN*. Diperoleh tanggal 14 Mei 2016, dari <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-26931086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean/>

Watch Market Overview. (2015), *UK Essays*, Diperoleh tanggal 2 Juni 2016, dari <https://www.ukessays.com/essays/marketing/japanese-watch-market-overview-marketing-essay.php>

Widoyoko, Eko Putro. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widyastuti, Valentina & Murtin, Rian (2014). *Pilih Barang Bermerek atau Tidak?. Eastspring Investment*. Diperoleh tanggal 27 Januari 2015, dari [http://eastspring.co.id/dms/files/spring-of-life---desember-2014\\_20141223181223.pdf.html](http://eastspring.co.id/dms/files/spring-of-life---desember-2014_20141223181223.pdf.html)

[www.casio.com/products/Watches/](http://www.casio.com/products/Watches/)

Zaichkowsky, Judy et al. (2014) *Understanding counterfeit consumption*, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 26 Iss: 1, pp.4 – 20



