

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariesmendi. (2016). *Pengaruh Branding Terhadap Percieved Quality dan Minat Beli Pada Sour Sally Bandung*. e- Proceeding of Management Vol. 3, No. 2; 1888-1894.
- Diantanti, Putri Novita., Sunaryo, dan Mintarti Rahayu. (2018). *Perbandingan Penggunaan Local-Name Brand dan Foreign-Name Brand Pada Produk Fashion di Kota Malang*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 5 No 1: 92-101.
- Ergin, Elif., Akbay, Handan O., & Ozsacmaci, Bulent. (2014) , *Insight into Consumer Preference of Foreign Brand Names : Reality or Myth?*, *International Journal of Marketing Studies*, 6(4), 157-154.
- Ferdinand, Augusty, 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmadi;Sunariah. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kuncoro, E. . & R. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Natakusumah, F. . (2015). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Pamungkas, Indra Novianto. (2016). *Brandology*, Yogyakarta: Deepublish
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*, Jakarta: TransMedia.
- Rahmi, Amanda Aulia dan Nurhayati, Iis Kurnia, (2016). *Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Kafe Merek Asing dan Merek Lokal di Kota Bandung*, e-Proceeding of Management; vol 3, No 1 April 2016.

- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal JOM FISIP*.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tauhidi, Helmi. (2008). *Pengaruh Pemberian Merek Berbahasa Asing, Iklan, dan Media Terhadap Persepsi Konsumen*, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Tjiptono, Fandi, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Erlangga
- Villar, Maria Elena., Di Ai dan Segev, Sigal. (2012). *Chinese and American Perception of Foreign-Name Brands*, Journal of Product & Brand Management. 21/5: 241-349.
- Wijaya, Bambang Sukma. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conteptual Review from the Perspective of Brand Communication*. European Journal of Bussiness and Management Vol 5. No. 31: 55-65.
- Internet :
- <https://lhokseumawekota.bps.go.id/>
- <https://www.instagram.com/stationcoffeepremium.id/>
- <https://sabani.com/fenomena-kopi-aceh/>
- <https://pascapbi.uad.ac.id/beberapa-alasan-mengapa-bahasa-inggris-menjadi-bahasa-international/>