

Indonesian Journal of  
**BUSINESS  
&  
ENTREPRENEURSHIP**

**STATEMENT LETTER OF PLAGIARISM**

I hereby,

Name : Silvia Dewi Sagita Andik

Agencies/work : -

E-mail : [silviadewisagitaandik@gmail.com](mailto:silviadewisagitaandik@gmail.com)

Home Address : Bogor Raya Permai FD 3 no 14  
Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor 16113

Mobile Phone : 08111949112

Phone / Fax : .....

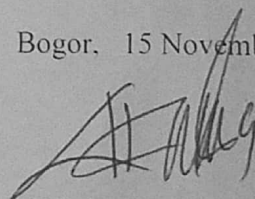
Office Address : .....

Phone / Fax : .....

Subject : .....

Declare that are willing to fix the article corresponding to the Referrals of reviewer through the statement of manuscript/scientific articles ready/worthy to be published by the journal managers and administrative pay Rp 1,000,000. Furthermore, script / scientific articles are not containing fabrication and falsification of data, does not contain plagiarism elements, not being processed for publication in another journal, and all names listed on author has approved the final form of the manuscript submitted. Accordingly, when the future author was not willing to fix the article and or proven contained in another journal, the authors penalized academic and nonacademic accordance with SB-IPB management policies and institutions writer.

Bogor, 15 November 2017



(Silvia Dewi Sagita Andik)

The Author

Indonesian Journal of  
**BUSINESS  
&  
ENTREPRENEURSHIP**

**STATEMENT LETTER OF COPYRIGHT**

I hereby,

Name : Silvia Dewi Sagita Andik

Agencies/work : -

E-mail : [silviadewisagitaandik@gmail.com](mailto:silviadewisagitaandik@gmail.com)

Home Address : Bogor Raya Permai FD 3 no 14  
Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor 16113

Mobile Phone : 08111949112

Phone / Fax : .....

Office Address : .....

.....

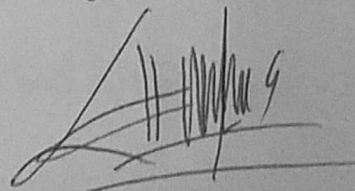
Phone / Fax : .....

Subject : .....

.....

declare that I submit the absolute rights of the copyright to the publisher (the editorial team of the Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE) SB-IPB) to reproduce, distribute and sell the manuscript of scientific papers published as part of periodic.

Bogor, 15 November 2017



(Silvia Dewi Sagita Andik)

Nama Penulis

## BUTIR KONTROL NASKAH

Judul Artikel:

**Studi Komparatif Persepsi Konsumen Indonesia dan Konsumen Malaysia Terhadap Handphone dari Cina, Korea Selatan, Amerika, dan Eropa**

No	Pertanyaan	Ket
1	Judul makalah cukup ringkas dan dapat melukiskan isi makalah dengan jelas ? (15-25 kata)	Ya, 17 kata
2	Abstrak telah merangkum secara singkat dan jelas tentang :	
	Tujuan penelitian	Ya
	Metode yang digunakan	Ya
	Hasil	Ya
	Simpulan	Ya
	Keyword (harus 5 keyword)	Ya
	Dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris) dalam 1 halaman	Ya
3	<b>Pendahuluan</b>	
	Latar belakang (alasan penelitian dilakukan)	Hal ke 2 Paragraf ke 2, 3
	Status ilmiah dewasa ini/posisi penititan terhadap penelitian sebelumnya/terdahulu ( <i>state of the art</i> )	Hal ke 3 Paragraf ke 1
	Cara pendekatan penyelesaian masalah	Hal ke 3 Paragraf ke 1
	Tujuan penelitian	Hal ke 3 Paragraf ke 2
	Ruang lingkup penelitian	Hal ke 3 Paragraf ke 3
4	<b>Metode</b>	
	Lokasi dan waktu penelitian	Hal ke 3 Paragraf ke 4
	Jenis dan sumber data ( <b>JANGAN</b> menuliskan diskripsi, Misal: data primer adalah..... dll)	Hal ke 3 Paragraf ke 4
	Teknik pengambilan data ( <b>JANGAN</b> menuliskan diskripsi, Misal: .... menggunakan puspositive sample yaitu.....)	Hal ke 3 Paragraf ke 4
	Teknik analisis data (tuliskan alasan penggunaan analisis yang digunakan, tahapan analisis data) – <b>JANGAN</b> menuliskan diskripsi dari tool yang digunakan... misalnya SEM adalah....., Menurut Daryanto (2011) dayasaing	Hal ke 4 Paragraf ke 1



	Hipotesis (harus diberikan dasar kenapa hipotesis ini diambil)	Hal ke 4 Paragraf ke 2
	Kerangka pemikiran yang berupa gambar dan dijelaskan dalam 1 paragraf singkat	Hal ke 4 Paragraf ke 1
<b>5</b>	<b>Hasil</b>	
	Pembahasan tujuan 1	Hal ke 6-7
	Pembahasan tujuan 2	Hal ke 7-8
	Pembahasan tujuan 3	Hal ke 8-9
<b>6</b>	<b>Implikasi Manajerial</b>	Hal ke 9-10
<b>7</b>	<b>Kesimpulan dan saran</b>	
	Kesimpulan (dibuat paragraf (tidak numbering) sesuai jumlah tujuan)	Hal ke 10
	Saran (berisikan saran untuk instansi bersangkutan dan saran penelitian selanjutnya)	Hal ke 10
<b>8</b>	Daftar Pustaka (minimal 20 daftar pustaka 80% jurnal + 1 Jurnal JABM/JMA/IJBE*) – harus sesuai dengan penulisan/pedoman dan 5 tahun terakhir	Ya, ada 1 jurnal IJBE
	Jurnal IJBE	Hal ke 1
	<b>Jurnal (22 daftar pustaka)</b>	
<b>1</b>	Alamro, A., & Rowley, J. (2011). Antecedents of Brand Preference for Mobile Telecommunications Services. <i>Journal of Product and Brand Management</i> .	Dikutip pada hal ke 2
<b>2</b>	Bass, F. M., & Talarzyk, W. (1972). An Attitude Model for the Study of Brand Preference. <i>Journal of Marketing Research</i> , Vol 9 (1) pp 93-96	Dikutip pada hal ke 4
<b>3</b>	Duarte, P., & Raposo, M. (2010). A PLS Model to Study Brand Preference: An Application to the Mobile Phone Market. Dalam <i>Handbook of Partial Least Squares</i> (hal. 449-485). Berlin: Springer Handbooks of Computational Statistics	Dikutip pada hal ke 5
<b>4</b>	Ebrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z., & Fan, Y. (2016). A Brand Preference and Repurchase Intention Model: The Role of Consumer Experience. <i>Journal of Marketing Management</i> .	Dikutip pada hal ke 4
<b>5</b>	Essoussi, L. H., Merunka, D., & Bartikowski, B. (2011). Brand Origin and Country of Manufacture Influences on Brand Equity and the Moderating Role Of Brand Typicality. <i>Journal of Business Research</i> , 973-978	Dikutip pada hal ke 2
<b>6</b>	Feng Ling, C. (2007). Segmenting Customer Brand Preference; Demographic and Psychographic. <i>Journal Of Product and Brand Management</i> , 249-268	Dikutip pada hal ke 6
<b>7</b>	Godey, B., Pederzoli, D., Singh, R., & Oh, H. (2012). Brand and Country of Origin Effect on Consumer Decision to Purchase Luxury Products. <i>Journal of Business Research</i> , 1461-1470	Dikutip pada hal ke 2
<b>8</b>	Hellier, P., Geur Sen, G., Carr, R., & Rickard, G. (2003). Customer Repurchase Intention : A general Sequence Model. <i>European Journal of Marketing</i> , 1762-1800	Dikutip pada hal ke 4
<b>9</b>	Khan, M. (2016). Factors of Consumer Choice of Smartphone : A study on	Dikutip

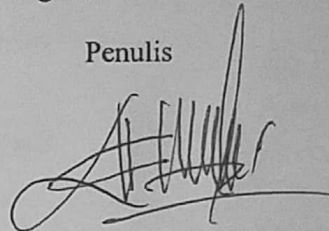
	Brand Image and Brand features. <i>Market Forces</i> , 1-10.	pada hal ke 9
10	Kim, S., Choi, Y., Kim, K., & Liu, H. (2015). Country of origin and brand image influences on perceptions of online game. <i>Journal of Consumer Behavior</i> , 14 pp 389-398	Dikutip pada hal ke 5
11	Laforet, S., & Chen, J. (2012). Chinese and British Consumers Evaluation of Chinese and International Brands and Factors Affecting Their Choice. <i>Journal of World Business</i> , 54-63	Dikutip pada hal ke 2
12	Lee, J., & Nguyen, M. (2017). Product Attribute and Preference for Foreign Brands Among Vietnamese Consumers. <i>Journal of Retailing and Consumer Service</i> , 76-83	Dikutip pada hal ke 4
13	Nadia, N., & Rashid, W. (2016). The Influence of Country of Origin On Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China. <i>Procedia Economics and Finance</i> , 343-349	Dikutip pada hal ke 3
14	Renganathan, R., anand, V., & Srinivasakumar, V. (2016). A Study on Consumer Brand Preference with Reference to DTH in Rural Area. <i>Indian Journal of Science and Technology</i>	Dikutip pada hal ke 4
15	Roseli, N., Azhar, S., Samsudin, S., Johari, F., & Ismail, W. (2016). An Analysis on the Preferences of Smartphone that Affects Consumers Buying Decision in Selected Higher Education Institution in Malaysia. <i>International Academic Research Journal of Business and Technology</i> , 91-95	Dikutip pada hal ke 2
16	Saakjarvi, M., & Samice, S. (2011). Relationships among Brand Identity, Brand Image and Brand Preference. <i>Journal of Interactive Marketing</i> , 169-177.	Dikutip pada hal ke 5
17	Schultz, D., Block, M., & Viswanathan, V. (2014). Brand preference being challenged. <i>Journal of Brand Management</i> , Vol. 21, 5, 408-428	Dikutip pada hal ke 2
18	Yee, K., Siew, H., & Fah, B. (2013). Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y. <i>International Journal of Asian Social Science</i> , 2426-2440	Dikutip pada hal ke 3
	<b>Buku/tesis/disertasi/internet (3 Daftar pustaka)</b>	
1	Aaker, D. (1991). <i>Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name</i> . New York: The Free Press	Dikutip pada hal ke....
2	Kotler, P. (2002). <i>Manajemen Pemasaran</i> . Jakarta: Prehalindo.	Dikutip pada hal ke 2
3	Roscoe, J. (1975). <i>Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences</i> . New York: Holt, Rinehart, and Winston	Dikutip pada hal ke 4
4	Salkind, N. (2010). <i>Encyclopedia of Research Design</i> . London UK: SAGE Publication.	Dikutip pada hal ke 3
6	IDC. (2017, Februari). <i>International Data Corporation</i> . Dipetik July 27, 2017, dari	Dikutip pada hal ke

	<a href="http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP42312617&amp;j=21081986&amp;c">http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP42312617&amp;j=21081986&amp;c</a>	2
7	Top brand index. (2017). Diambil kembali dari <a href="http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1">http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1</a>	Dikutip pada hal ke 2
1	<b>Jurnal IJBE</b> Andhika, G., Yuliati, L., & Kirbrandoko, K. (2016). Factors Affecting Brand Choice Of The Consumers On Sports Drinks. <i>Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship</i> , Vol 2 no 3	Dikutip pada hal ke 2

Naskah jurnal ini sepenuhnya sudah disetujui/konfirmasi oleh tim penulis lain/pembimbing/instansi objek penelitian.

Bogor , 15 November 2017

Penulis



(Silvia Dewi Sagita Andik)