

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125
- Tjiptono, Fandy. (2017). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publising. Top Brand Awards (2017).
- Fikri, Sayid (2018), skripsi, Analisis Citra Merek dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Vivo Smartphone Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Manajemen, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Suri Amilia, Suri 2017, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.
- Rosa, Lesmana 2019, Jurnal Pemasaran, Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation.
- Aditya Hangga Supangkat 2017, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,Vol.6, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Kotler, P. & Armstrong. (2018). Principle of Marketing, 16th edition, Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15th Global edition. Pearson Education Limited.
- Gaikindo (2021). Penjualan mobil selama 2021. (Online), Tersedia: <https://www.gaikindo.or.id/sepanjang-2021-penjualan-mobil> ,Akses 5 Juni 2022.
- Katadata (2021). Penjualan mobil terlaris 2021. (online), tersedia : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/11/10-merek-mobil-terlaris-di-dunia-toyota-juaranya> , Akses 5 Juni 2022.

- Carmudi (2021). Perbandingan Toyota Avanza dengan Wuling Confero 2021. (online), tersedia : <https://www.carmudi.co.id/mobilbaru/membandingkan/toyota-avanza-vs-wuling-confero/> , Akses 5 Juni 2022.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Assauri, S. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran. Edisi Pertama, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Knight, Dee dan Eun Young Kim. (2007). “*Japanese Consumers’ Need for Uniqueness – Effects on Brand Perceptions and Purchase Intention*”, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 11 No. 2, pp. 270-280.
- Aprillia, Ragil Anggriani (2017), Skripsi, Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Prosuk Ponsel Samsung, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sari, Saidah Putri (2018), Jurnal, Hubungan Minat beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen, Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda.
- Mardani, N. (2019). Analisa Strategi Bisnis Industri Printer dalam Menghadapi Pasar Bebas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1).
- Wijaya, F. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza, STIE Perbanas Surabaya.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29-37.
- Purnomo, M. A., & Sari, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya 2021. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mobil (studi

- kasus mobil LCGC di Surakarta). Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 12(1).
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 1(2), 80-103.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 5(2).
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Jurnal Bisnis Dan Komunikasi, 4(1), 29-37.
- Broto, V., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Bitung. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(2).
- Ahmed & Sanatullah. 2010. After sales service and consumer buying behavior: An empirical investigation in automobile industry of Pakistan. Market Forces, 7(3). Diambil dari <http://www.pama.org.p>