

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Kasmir, S. M. (2022). PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN UNTUK ILMU MANAJEMEN, AKUNTANSI, DAN BISNIS. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Gaikindo. (2023). Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. diunduh dari <https://www.gaikindo.or.id/>
- Gultom, A. P. P., & Fadli, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Agung Toyota Pangkalan Kerinci, Pelalawan, Riau. *eCo-Buss*, 6(3), 1127-1136. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1066>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Herfianti, M. (2024). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBIL ALMAZ PT. WULING MOTOR ARISTA DI KOTA BENGKULU. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 319-331. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5978>
- 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). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/75>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New Jersey. <https://vulms.vu.edu.pk/Courses/MKT724/Downloads/Keller%20Strategic%20Brand%20Management.pdf>
- Kertajaya, Hermawan. (2006). *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan. https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_klasik_Indonesia/CVUfi8s7XyIC?hl=id&gbpv=1&pg=PP5&printsec=frontcover
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Boston : Prentice Hall.

<https://www.studypool.com/documents/25717756/kotler-keller-marketing-management-14th-edition->

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). A Framework for Marketing Management. New York City: Pearson.

<http://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/167/1/A%20Framework%20for%20Marketing%20Management%20by%20Philip%20T%20Kotler%2C%20Kevin%20Lane%20Keller%20%28z-lib.org%29.pdf>

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran, Erlangga. Jakarta.

<https://smartlibrary.elayanan.info/ebook-file/ebook/da5c0437-7efe-4303-92c0-dd5113c2cfea.pdf>

Lupiyoadi, Rambat. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Edisi Kedua. Salemba Empat Jakarta.

<https://www.scribd.com/document/431648010/Pemasaran-Jasa-Rambat-Lupiyoadi-Dkk>

Manik, C.D. (2020) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Vol.1, No.2.

<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/JAISS/article/view/470>

Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. Agora, 7(2).

<https://www.neliti.com/publications/287057/pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-noach-cafe-and-bistro#cite>

Senly, A. (2017). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Mitsubishi Colt Diesel pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone (Doctoral dissertation, FE).

<https://eprints.unm.ac.id/6670/>

Setiadi, J. (2013). Perilaku Konsumen (edisi revisi). Jakarta: Kencana Perdana.

<https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=copyri ght&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. Bandung: CV. Alfabeta.

Sidik, F. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MAZDA DI PT KENCANA CENTRAL MOBILPONTIANAK. (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Pontianak). Diunduh dari

<https://repository.unmuhpnk.ac.id/1573/1/BAB%20I%20DAN%20V.pdf>.

WebHISTORY. (2020). Perusahaan mobil Mazda didirikan. Diunduh dari <https://www.history.com/this-day-in-history/japans-mazda-founded>

Zhang, Y. (2015) The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. Open Journal of Business and Management, 3, 58-62.

<http://dx.doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>

