

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Al-Hafiz, Maulana dan Juhu, Undang SE. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Suzuki Satria F150 (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung
- Ambarwati, Erina Permata dan Khasanah, Imroatul. 2012. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Toyota Avanza Nasmoco Majapahit Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* Volume 7, Nomor 4., Tahun 2012, Halaman 1. Unduh dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792
- Amron, Amron. 2018. The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal* May 2018 Edition Vol.14, No.13 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431. DOI: 10.19044/esj.2018.v14n13p228
- Ananta, Rizal Dwi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Pengguna Motor Yamaha R15 di Yogyakarta). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Yogyakarta
- Anton, A. 2016. Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi pada PT Gemilang Berlian Indah di Kabupaten Kubu Raya. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 1(1).
- Toyota. 2018. Dealer Toyota Indonesia. Akses dari <http://www.toyota.astra.co.id/> Pada 10 Maret 2021. Posting Februari 2018
- Toyota Avanza. 2018 Akses dari. id.wikipedia.org/wiki/Toyota_Avanza. Posting Februari 2018
- Chin, W. W. 2010. Bootstrap Cross-Validation Indices for PLS Path Model Assessment Handbook of Partial Least Squares. In *Springer*.
- Cummins, Julian. 1991. Promosi Penjualan, terjemahan ir. Heryanto G. MBA., Jakarta: Binarupa Aksara
- Damara, Dionisio. 2018. Toyota Avanza Rajai Segmen MPV, Ini Penantang Terberatnya. Posting Januari 2018. Unduh pada Januari 2021 dari <https://otomotif.bisnis.com/read/20201223/46/1334711/toyota-avanza-rajai-segmen-mpv-ini-penantang-terberatnya>
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro

- Geisser, S. 1975. The predictive sample reuse method with applications. *Journal of the American Statistical Association*.
<https://doi.org/10.1080/01621459.1975.10479865>
- Ghozali, I. 2009. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Undip
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giri, I Gede Wahma Diatmika dan Jatra, I Made. 2017. Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 2017. *E-Jurnal Manajemen*, [S.l.], v. 3, n. 11, Nov. 2014. ISSN 2302-8912. Date accessed: 30 jan. 2021. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/9373>>
- Katili, B., Mandey, S. L., & Saerang, I. S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Perseps Harga terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha di Fortino Audio Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(1).
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, Yohanes Dwi. 2017. Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Lubis, Desy Irana Dewi dan Hidayat, Rahmat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488 <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Luhur, Puthut Ami. 2020. Isu Korona Tidak Pengaruhi Penjualan Toyota. Posting Maret 2020. Unduh pada Januari 2021 dari <https://www.suaramerdeka.com/news/ekonomi-dan-bisnis/220513-isu-korona-tidak-pengaruhi-penjualan-toyota?page=all>
- Mardiansyah, F., & Khuzaini, K. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 6 (12)
- Margiyanto, May. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Balckberry di kota Semarang”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Muharam, Wifky dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. Prosiding seminar nasional multi disiplin ilmu Unisbank Ke-2 2017
- Nasmoco Semarang. 2019. Data Penjualan Toyota Avanza Selama 2017-2019.

- Noerchoidah. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Iklan terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. <http://journal.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/JPWIGA/article/view/38>
- Priyadi, Arjuna Aziz. 2017. Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Mobil Suzuki APV di Kota Tegal. Dokumen Karya Ilmiah Prodi Manajemen S1 UDINUS Semarang
- Priyanto, Wawan. 2020. Pandemi, Penurunan Penjualan Mobil di Indonesia Terburuk Se-ASEAN. Posting November 2020. Unduh pada Januari 2021 dari <https://otomotif.tempo.co/read/1403957/pandemi-penurunan-penjualan-mobil-di-indonesia-terburuk-se-asean>
- Putra, D. A., Hufron, M., & Slamet, A. R. 2017. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya di Kota Malang (Studi Kasus Pembelian Mobil Toyota Agya di Dealer Toyota Kartika Sari Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(1).
- Rafie, Barratut Taqiyyah. 2020. Toyota Avanza Jadi Mobil Terlaris Sepanjang Oktober 2020, Disusul Xpander. Posting November 2020. Unduh pada Januari 2021 dari <https://industri.kontan.co.id/news/toyota-avanz-jadi-mobil-terlaris-sepanjang-oktober-2020-disusul-xpander>
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, R. 2014. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. 2015. Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Mercu Buana*, 1(3).
- Sandi, Ferry. 2020. Bukan Avanza Lagi, Mobil Terlaris di RI Tak Diduga-Duga!. Posting Desember 2020. Unduh pada Januari 2021 dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201221143329-4-210590/bukan-avanza-lagi-mobil-terlaris-di-ri-tak-diduga-duga>
- Saputri, Nurisa. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Cobloos Karawang).
- Sari, H. P. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi Di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 222-237.
- Situmorang, L. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian di Pekanbaru. *JOM Fekon*, Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017 Universitas Riau

- Schiffman and Lazar Kanuk. 2000. *Costumer Behaviour, Internasional Edition*, Prentice Hall
- Setiadi, N. J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Shimp, Terence A. 2002. *Periklanan Promosi*. Erlangga. Jakarta
- Sihabuddin. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek (Survey Karyawan Bagian Pulley Machine PT FCC Indonesia). *Jurnal Manajemen & Bisnis* ISSN 2528-0597 Vol, 1 No, 1, 2015
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Stone, M. 1974. Cross-validation and multinomial prediction. *Biometrika*. <https://doi.org/10.1093/biomet/61.3.509>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarwan. 2014. *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit GI Ghaila Indonesia
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta.
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. 2015. Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Wang, J., DiRusso, D., Gao, J., Li, J., & Zheng, Y. 2016. The Roles of Product Quality and Trust in Customer Satisfaction and Purchase Decision â A Study of Wechat Shopping in China. *Quarterly Journal of Business Studies*, 2(3), 128-133
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. 2015. Pengaruh Bauran promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Winardi. 2010. *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Penerbit CV. Mandar Maju. Bandung
- Yahya, F., Prihatini, A. E., & Dewi, R. S. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki APV (Studi pada PT. Arindo Gedong Jembar Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 126-133.