

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto NH. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.3. Tahun 2013. UNDIP*
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior*. Edisi ke-6. New York. Thomson Learning.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3).
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka.
- Ferdinan, Enril, Comaeni & Nugraheni, Rini. 2013. "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli-Pengguna Sepeda motor Suzuki Di Kota Solo)". *Jurnal Manajemen UNDIP*.
- Grewal, K., and Baker, B. (1998). *The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions*
- Ian, Antonius & Sugiono, Sugiharto. 2013. Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11*
- Iryanita, Rizky & Sugiarto, Y. 2013. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Persepsi Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Produk ATBM Pekalongan)". *Jurnal Manajemen UNDIP*.
- Jamaludin, A. Dkk. 2015. Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis UB*. Vol. 21 No. 1 April 2015.
- Khasanah, I. (2017). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi kualitas, Perceived Value Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Matik di Semarang. *Studi Manajemen dan Organisasi*, 12(2).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gray Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing*. Global Edition. 14 Edition, Person Education.
- Lubis, I. B. H. (2016). Pengaruh Citra Merek, Media Iklan, Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian Produk Vans. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(4), 388-401.
- Sari, P.N & Widowati, R. 2014. Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 5. No. 1. (2014)*
- Sari, H. P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 222-237.
- Sutisna., 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Peter, Paul & Olson, Jerry C. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Ke sembilan. Jakarta. Salemba empat
- Rahmawati, A. 2014. *Statistika*. Edisi Ke 2. Fakultas Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Robby, Much & Jarwati, Lestari A. 2016. "Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 4, No 3.
- Roslina. 2010. Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukuran. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 No.3*
- Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 7. Cetakan keempat. Indeks
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Sugiyono, DR, Prof. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Edisi ke 12. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Krystia & Widiyanto, Ibnu. 2012. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas. Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Pada Konsumen Di Bandeng Presto Semarang)". *Jurnal Manajemen UNDIP*.
- Tsioutsou, Rodoula, 2005, *Perceived Quality Levels and their Relation to Involvement, Satisfaction, and Purchase Intentions, Marketing Bulletin, 2005, 16, Research Note 4*.

Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11).

Xian, Gou Li, dkk. 2011. *Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. Journal of Computers*, (6)9: 1875-1879

Zeithaml, A, Valarie. 1988. *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 3 (Jul., 1988), pp. 2-22.

[Http://bali.bisnis.com/m/read/20160425/16/59000/datsun-patok-peningkatan-penjualan-10](http://bali.bisnis.com/m/read/20160425/16/59000/datsun-patok-peningkatan-penjualan-10)

[Http://m.news.viva.co.id/news/read/716748-sepak-terjang-datsun-kuasai-pasar-mobil-lcgc](http://m.news.viva.co.id/news/read/716748-sepak-terjang-datsun-kuasai-pasar-mobil-lcgc)

<http://otomotif.kompas.com/read/2016/04/19/180100815/Ini.Mobil.Murah.Terlari.s.pada.Tiga.Bulan.Pertama.2016>

<http://otoboy.com/daftar-harga-mobil-datsun/>