

## DAFTAR PUSTAKA

- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.14738/abr.64.4374>
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajagrafindo Persada.
- Arjuna, H., Bisnis, S. I.-E. J. E. dan, & 2020, U. (2020). Effect of Brand Image, Price, and Quality of Product on The Smartphone Purchase Decision. *EkBis : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 294–305. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2019.3.2.1190>
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition)* (7th ed.). Pearson Australia.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Hutagalung, C. D. H., Yuliniar, Y., & Nastiti, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Carry Di Provinsi Jawa Barat Saat Pandemi Covid-19. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1660–1674.
- Imaningsih, E. S. (2018). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 260–271. <https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Krahara, Y. D., & Mulyowahyudi, A. (2021). Factors Affecting Consumer Behavior In Buying Decision Of Suzuki Ertiga Car In Cilegon City, Banten. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(4), 656–669. <https://doi.org/10.31933/DIJMS.V2I4.816>

- Kurniawan. (2014). *Total Marketing Pemasaran*. Badan penerbit Kobis.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.146>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang Pressindo.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen pemasaran*. Universitas Udayana.
- Quddus, H. (2021). *Pengaruh Desain, Kualitas, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya*.
- Rangkuti, F. (2011). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruliansyah, F., & Sampurna, D. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat)*.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lent.
- Shofwan, T., Lina, A., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 362–376.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Setiawan, S. (2020). Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3. In *Tutorial* (3rd ed.). PPNI Qatar.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.