

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andrew F. Manampiring & Irvan Trang. (2016). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra Internasional Tbk Malalayang*, Jurnal EMBA, Volume 4, No. 1, Hal 472- 483
- Andi& Endang. (2015). *Pengantar Manajemen (3 IN 1)*, Kebumen: PT Pustaka Baru.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Bryan Eric Abram (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di Auto 2000 Pencindilan*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, No3, hal 1-18
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Danni Tri Bagus Irawan. (2015). *Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza*, Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran, Volume 4, no. 9, hal 1-18
- Edi Riadi. (2016). *Statiska Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, Yogyakarta: ANDI
- Effendi , Usman. (2015). *Asas Manajemen edisi 2*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Feriyanto, Andi dan Triana Endang Shyta (2015) *Pengantar Manajemen (3 In 1)* Tamanwinangun: MEDIATERA.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Mahsa, dkk. (2015). *Analyzing The Impact of Promotion Mix on Consumer's Purchase Decision*, *Advanced Social Humanities and Management 2* (1) hal 72-81
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Michael N. Lontoh. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16, no.01, hal 515-525
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Nor Amira, dkk (2013). *Enhancing Promotional Strategies within Automotive Companies in Malaysia*, *Procedia Economics and finance 7* hal 158-163
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- ONIGBINDE Isaac Oladepo (Ph.D.) 1 & ODUNLAMI Samuel Abimbola (M.Sc.). (2015). *The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A study of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria*, *British Journal of Marketing Studies*, Volume. 3, no.4, hal 97-109
- Peter, J Paul & Olson, Jerry C (2014) *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran edisi 9*, Jakarta Selatan: Salemba empat.
- Pisit Potjanjaruwit. (2014). *Integrated Marketing Communication to Influencing International Standard Energy Economy Car Buying Decision of Consumers in Bangkok*, *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Information and Communication Engineering*, Volume 8, No.6, hal 1967-1970
- Prof. Dr. H. Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sarjono, Haryadi & Juliantina, Winda (2013) *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jagakarsa: Salemba Empat.

- Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono, (2015) *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand Award (2014). Diakses 18 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_2.
- Top Brand Award (2015). Diakses 18 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2.
- Top Brand Award (2016). Diakses 18 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.
- Top Brand Award (2017). Diakses 18 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.
- Tjiptono, F. (2015) *Strategi Pemasaran edisi 4*, Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono & Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik edisi 3*, Yogyakarta: ANDI
- Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. (2018). *Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di fakultas ekonomi dan bisnis UPN "Veteran" Jakarta*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, H., and Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Wijayanti, Titik. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis Edisi 3*, Jakarta: PT. Gramedia Jakarta.
- Wikipedia. *Toyota*. Diakses 20 Maret 2018, dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Toyota>