

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). 'Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban achilles di Jakarta Selatan', *Jurnal MIX*, Vol. V, No. 1, hlm. 124-143.
- Aptaguna, A. & Pitaloka, E. (2016). 'Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa Go-jek'. *Widyakala*. Volume 3.
- Arista, E.D & Astuti, S.R.T(2011). 'Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek,dan citra merek terhadap minat beli konsumen'. *Aset*. Vol.13 No.1.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi 3, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2015). *Partial least square konsep, tehnik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hermawan, A. (2016). Komunikasi Pemasaran. Malang: Erlangga. *Jurnal EMBA*, Vol.4 No.3 September 2016, hlm.209-221
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan:konsep pesan, media, branding, anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mangkunegara, A.P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

- Rusdi, A.H.P. (2016). 'Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat beli All New Yaris (Studi di Toyota AUTO2000 Waru Sidoarjo)', *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 3, hlm. 1-10.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Seng, L.C. & Zahari, H. (2015). 'Product and price influence on cars purchase intention in Malaysia', *Internasional Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS)*, Vol.1, Issue-VII, page.108-119.
- Setiawan, E.P., Kartini, D., Afiff, F., & Rufaidah, P. (2016). 'Impact of price fairness on brand image and purchase intention for low cost car in Indonesia', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. IV, Issue 9, page.300-308.
- Siregar, S. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian: dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17/Syofian Siregar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, A.A Clifen dkk. (2016). 'Analisis pengaruh citra merek, harga, dan tarik iklan terhadap minat beli konsumen pada PT.Remaja Jaya MOBILINDO MANADO'.
- Sumarwan, S. (2015). *pemasaran strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Edisi 1, Bogor: Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*, Edisi 2, Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award . (2017). Top Brand 2017 Mobil MVP. Diakses 1 September 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1)