

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: alfabeta.
- Andrianto, H. N dan Idris. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV MEREK Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3): 1-10.
- Assauri, S. (2003). Customer service yang baik landasan pencapaian customer satisfaction. *Usahawan*, 1(32), pp. 25-30.
- Ayla vs Agya. (2017). Dalam <https://www.oto.com/>. Diakses pada 23 Oktober 2017 pukul 20.30 WIB
- Cooper, D. R. dan Emory, W. (1999). *Metode Penelitian Bisni.*, alih bahasa Widnyono Soecipto dan Uka Wikarya. Jilid 11. Jakarta: Erlangga.
- Gerung, C. J; J. Sepang dan S. Loindong. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2): 2221-2229.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hatchback. (2017). Dalam <https://id.wikipedia.org/>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2017 pukul 21.15 WIB
- Hendri, Ma'ruf. (2012). *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kerlinger, F. N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. 3rd ed. Yogyakarta: UGM Press. xiii.
- Kesuksesan LCGC sebagai Segmen Baru di Otomotif Nasional. (2017). Dalam <https://www.medcom.id/>. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3): 1251-1259.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), pp. 114-116.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Indeks.

- Kotler, P. dan Armstrong G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P. and Keller K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Susanto, A. B. (1999). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. 1st ed. Jakarta: Salemba.
- Manampiring, A. F dan I. Trang. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International TBK Melalayang. *Jurnal EMBA*, 4(1): 472-483.
- Masiruw, C. N; L. Kawet dan Y. Uhing. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3): 1023-1031.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), pp. 41-50.
- Sastradipoera, K. (2003). *Menejemen marketing: suatu pendekatan ramuan marketing*. s.l.:Kappa-Sigma.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. & Joseph. (2010). *Consumer Behaviour: Global Edition*. s.l.:s.n.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BFFE.
- Swastha, B. (2002). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. & Handoko, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. 1st ed. Yogyakarta(Yogyakarta): BPFE–Yogyakarta.
- Swastha, B. & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip total quality service*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Wirartha, I Made. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wells, W. D., Burnett, J. & Moriarty. (2003). *Advertising. Principles and Practice*. s.l.:s.n.
- 5 Alasan Beli Mobil Toyota, Brand Otomotif Terlaris di Dunia. (2017). Dalam <https://carusermagz.com/>. Diakses pada tanggal 2 November 2017 pukul 11.00 WIB

