

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Alhadi, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Celana Jeans di Kota Bandung. Skripsi Pada Telkom University.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Badan Pusat Statistik. (2020, September 20). *Industri Besar dan Sedang*. Diambil dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>
- Badan Pusat Statistik. (2020, September 22). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Provinsi dan Jenis Kendaraan (Unit)*. Diambil dari bps.go.id: https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/150/da_10/1
- Car and Driver. (2020, September 25). *Chevy Vehicles: Reviews, Pricing, and Specs*. Diambil dari caranddriver.com: <https://www.caranddriver.com/chevrolet>
- Chevrolet Indonesia. (2020, September 10). *History*. Diambil dari chevrolet.co.id: <https://www.chevrolet.co.id/>
- Chevrolet Indonesia. (2020, September 10). *Info Center*. Diambil dari chevrolet.co.id: <https://www.chevrolet.co.id/>
- Darmawan. (2013). *Metode Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Darwis, E.G. (2017). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar. Skripsi Pada UIN Alauddin Makassar.

- Dewi, N,K,TW & Nurcaya, I,N. (2020). *The Role of Brand Image Mediated the Effect of Word of Mouth on Purchase Intention*. American Journal of Humanities and Social Sciences Research, Vol. 4, No. 3, 406-417. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2020/03/ZZ2043406417.pdf>
- Djatkiko, T & Pradana, R. (2016). *Brand Image And Product Price: It's Impact for Samsung Smartphone Purchase Decision*. Procedia Social and Behavioral Sciences. 221-227. . (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816300696>
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *e-Proceeding of Applied Science. Vol 3, No 2, 430-452*. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/135770/pengaruh-citra-merek-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-pada-bakso-boedjangan-cabang-burangrang-bandung-tahun-2017-.html>
- Fadilah, G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Distro Papersmooth. Skripsi Pada Universitas Widyatama.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Qiara Media.
- Gaikindo. (2020, September 11). *Automobile Industry Data*. Retrieved from <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Indrawan, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Surabaya: Refika Aditama.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Edisi 15*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Nanjaya, D. (2020). Kompas.com: Otomotif. Diambil dari: <https://otomotif.kompas.com/read/2020/03/26/065000115/chevrolet-hengkang-dari-indonesia-konsumen-bisa-servis-di-diler-ini>. (Akses: 18 September 2020)
- Novansa, H & Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness, and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)*. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 2, No. 8, 621-632. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Purchase-Decision-Model-%3A-Analysis-of-Brand-Image-%2C-Novansa-Ali/400276454e9b0f2a8941781d1178bdc4c24ed20e?p2df>
- Putri, B.R.T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Riley, D., Charlton, N & Wason, H. (2015). *The impact of brand image fit on attitude towards a brand alliance*. Management & Marketing. Challenges for The Knowledge Society, Vol.10 No.4. 270-283. (Akses: 25 September 2020). Diambil dari

https://www.researchgate.net/publication/299402371_The_impact_of_brand_image_fit_on_attitude_towards_a_brand_alliance

Salsabila, T. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Xpander. Skripsi Pada Telkom University.

Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi

Setiadi, O.B. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Distro Cosmic Bandung (Studi Pada Konsumen Distro Cosmic Trunojoyo Bandung). Skripsi Pada Universitas Pasundan.

Setiaji, D. (2020). Techinasia: Teknologi. Diambil dari: <https://id.techinasia.com/internet-ubah-perilaku-konsumen-otomotif-indonesia-saat-beli-mobil> (Akses 13 November 2020)

Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Soim, F.M., Suharyono & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vo. 35, No 1, 146-153*. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1354>

Suhaily, L & Darmoyo, S. (2017). *Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product)*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2, 179-194. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://www.ecojoin.org/index.php/EJM/article/view/230/224>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&, dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supardi, U.S. (2016). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian : Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif (Edisi Revisi). Cetakan ke 5*. Jakarta: Change.
- Tirtaatmaja, D.I, Tampi, J.R.E & Panuindoong, A.Y. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Tendeand Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 9, No 1, 90-95*. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/27501/27037>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, L.A & Widjajanta, B. (2019). Minat Beli: Peran Citra Merek yang Dipersepsikan Oleh Konsumen Produk Otomotif. *Journal Pendidikan Manajemen Bisnis. Vol 19, No 1, 19-27*. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/17666>

- Widyastuti, S & Said, M. (2017). *Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception*. International Journal of Supply Chain Management, Vol. 6, No. 4, 199-207. (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <http://ijis-scm.bsne.ch/ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/1809/pdf.htm>
- Wulandari, D.A & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Computech dan Bisnis, Vol 11, No 1, 47-58*. . (Akses: 26 September 2020). Diambil dari <http://www.jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/view/157>
- Yulistira, A. (2018). CNBC Indonesia: *Lifestyle*. Diambil dari: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180327194144-33-8806/4-hal-paling-banyak-dicari-di-google-sebelum-beli-mobil> (2020, Oktober 3)
- Yusran, H.L. & Hermawan, A. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana
- Zikmund, W.G & Babin, B.J. (2015). *Essentials of Marketing Research*. Boston: Cengage Learning