

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. . (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Amri, B. C. D. A., & Nikmah, F. (2018). Keputusan Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Biskuit Merek Oreo ( Studi Pada Mahasiswa D-Iv Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang ). *JA B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(Juni 2018), 269–273.
- Ardiansyah, M. . (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies*. Universitas Bina Nusantara.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosda.
- Assauri, S. (2011). *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*.
- Astut, Y. (2019). *Pengaruh strategi periklanan dan sales promotion terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo dengan brand image sebagai variabel moderasi*. 3.
- Danang, S. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. PT. Buku Seru.
- Fajarsih, S. I. (2019). *Pengaruh Advertising , Personal Selling , Sales Promotion , Dan Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Fandy, T. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Andi.
- Hikmawati, F. (2013). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Husein, U. (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, P. K. dan K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Erlangga.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Esensi Erlangga Group.
- Kotler, P. dan G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep*,

*dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.

Lontoh, M. N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (13th ed.). Salemba Empat.

Mawara, Z. R. (2013). Periklanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 826–835.

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.

Pride, W. M. dan O. C. F. (2010). *Marketing* (15th ed.). Saurth Western International Edition.

Rangkuti, F. (2010). *The Power Of Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.

Setiawati, E., & Winadi Prasetyoning Tyas, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang. *Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat ISBN: 978-979-3649-81-8*, 978–979.

Setyaningrum, N., Waluyo, H., & Wijayanto, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 197–204.

Soegoto, A. S., Mandey, S., & Sari, R. L. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi*,

*Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.

Soehardi; Sable, C. S. (2019). Strategi Pemasaran Bisnis Pariwisata Di Kota Davao, Filipina. *Jurnal Ilmiah Manajeme Ubhara*, 1–13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31599/jmu.v1i2.674>

Soehardi. (2020). Pengaruh bunaken brand , promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan turis domestik dan asing di provinsi sulawesi utara. *Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1). <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.31599/jmu.v2i1.732>

Sofyan, S. (2017). Pengaruh Periklanan, Sales Promotion, Personal Selling Dan Publicity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris Mobil ( Studi Kasus Kilat Service Medan ). *Jurnal SMART*, 1(1), 48–52.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni. (2015). *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

T.Gunasekharan, Basha, S. S., & B.C.Lakshmana. (2015). A Study on Impact of Promotion Mix Elements -Advertising, Personal Selling & Public Relation of DTH Manufacturers on Customer Behaviour. *International Journal of Arts, Humanities and Management Studies*, 1(6), 20–30.

Tiffany Yulianti Radjapati, Willem JFA Tumbuan, D. S. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

[www.gaikindo.or.id](http://www.gaikindo.or.id)

[www.toyota.astra.co.id](http://www.toyota.astra.co.id)

[www.daihatsu.co.id](http://www.daihatsu.co.id)

[www.suzuki.co.id](http://www.suzuki.co.id)

[www.honda-indonesi.com](http://www.honda-indonesi.com)

[www.mitsubishi-motors.co.id](http://www.mitsubishi-motors.co.id)