

DAFTAR PUSTAKA

- Merek Jepang Merajai Pasar Mobil Indonesia 2024 – Gaikindo.* (N.D.). Retrieved April 11, 2025, From <https://www.gaikindo.or.id/10-mobil-terlaris-indonesia-2024-jepang-merajai/>
- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE : HARGA DAN PROMOSI*. 3(1), 301–313.
- AMIRULLAH. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Any, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Borma Slawi. *Skripsi*, 4(1), 1–23.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Eldiansyah, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Innova Zenix. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 130–138. <https://doi.org/10.35797/jab.13.2.130-138>
- Elvera, D., & Astarina, Y. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. CV ANDI OFFSET.
- Fahmi, S., & Soumi, A. L. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi pada Konsumen Ms. Glow Pandaan). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(1), 45. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i1.104>
- Hasanah, A., Hariyani, F., Pasiriani, N., & Murti, N. N. (2023). Central publisher.

Central Publisher, 1, 274–288.

- Ibrahim, A. M., Ali, H., Rahmadani, M., & Aunila, N. S. (2025). *Pengaruh Promosi , Kualitas Layanan , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Badan Jurnal PT OGZ Research and Publishing. 6(3), 193–200.*
- Ii, B. A. B., & Perusahaan, G. U. (1996). *No Title. 10–30.*
- Ii, B. A. B., Produk, A. K., & Produk, P. K. (n.d.). *Kotler, Philip. Marketing Managemen , 11.*
- Kartika, D., Sari, Y. P., Hetika, H., Amaliyah, F., & Yusuf, A. (2022). *Peningkatan Ketrampilan Olah Data Kuesioner Menggunakan Spss Versi 22 Bagi Mahasiswa Di Tegal. Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(6), 2209–2212.*
- Metro, U. M., Puri, L. M., Metro, U. M., Ratnasari, E., & Metro, U. M. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. 1(1), 394–403.*
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In Sibuku Media.*
- Pramadhika, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung Wilayah Kota Semarang) (Vol. 01).*
- Rahmadiane, G. D., Utami, E. U. S., & Widiyanti, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis, 13(1), 11–16.*
<https://doi.org/10.17509/jimb.v13i1.40227>
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (n.d.). *20447-57110-1-PB (brand image positif). 12(02), 166–175.*

- Saiful Amri, Maksalmina, M., & Mukhdasir. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Toyota Innova Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1455–1464. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2375>
- Saputra, A. D. (2024). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konveksi cv. pesona jember id.*
- Simbolon, Salomo Fernando, R. (2022). *No Title*. 15(1), 111–125.
- Sonani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wulandari, P. P., & Widayanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Pada Konsumen Pt Nasmoco Majapahit, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 150–158. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27234>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Котлер, Ф., Wiesenthal, D. L., Hennessy, D. A., Totten, B., Vazquez, J., Adquisiciones, L. E. Y. D. E., Vigente, T., Frampton, P., Azar, S., Jacobson, S., Perrelli, T. J., Washington, B. L. L. P., No, Ars, P. R. D. a T. a W., Kibbe, L., Golbère, B., Nystrom, J., Tobey, R., Conner, P., ... Chraif, M. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Accident Analysis and Prevention*, 183(2), 153–164.