

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. (A. Ananda, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Mitra Utama.
- Abdillah, F. (2017). The Correlation Analysis Between Brand Equity and the Customer Decision Buying an Automotive Product. *The Management Journal of Binaniaga*, 2(01), 53. <https://doi.org/10.33062/mjb.v2i01.53>
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Astutikningsih ; Widajanti ; Sumaryanto. (2017). Pengaruh lokasi, ekuitas merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas. *Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17, 599–607.
- Bahri, S; Zamzam, F. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Budiman, D. ; S. ; (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- CNN Indonesia. (2019). Penjualan Mobil 2018 Tembus Target, Toyota Tergencet. Retrieved April 7, 2019, from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190118125005-384-361893/penjualan-mobil-2018-tembus-target-toyota-tergencet>
- Dahwilani. (2018). Alasan Orang Memilih Mobil Bekas, Ini Pertimbangannya. Retrieved April 28, 2019, from <https://www.inews.id/otomotif/read/260697/alasan-orang-memilih-mobil-bekas-ini-pertimbangannya>
- David ; Djamaris. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta: Univeritas Bakrie.
- Durianto ; Sugiarto ; Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT.

Gramedia Pustaka Utama.

Fitrah ; Luthfiah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Sukabumi: CV. Jejak. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&pg=PA129&dq=hipotesis+adalah&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwibu8HmsKThAhURheYKHfUCDu4Q6AEILTAB#v=onepage&q=hipotesis adalah&f=false>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indonesia Investments. (2017). Industri Manufaktur Otomotif Indonesia. Retrieved April 2, 2019, from <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047?>

Jessica. (2018). Lebih Suka Mana, Naik Motor atau Mobil? Retrieved April 2, 2019, from <https://tokomobil.id/berita-otomotif/lebih-suka-naik-motor-atau-mobil/>

Julias, F. (2018). 5 Alasan Orang Lebih Memilih Mobil Bekas. Retrieved May 2, 2019, from <https://www.seva.id/otomotif/blog/alasan-orang-memilih-mobil-bekas/>

Kartajaya, H. (2009). *Mark Plus Basics*. (T. EESSENSI, Ed.). Jakarta: Esensi Erlangga Group.

Ken Research. (2017). Indonesia Used Car Industry Outlook To 2021 - Increasing Online Used Car Portals And Competitive Used Car Financing Schemes To Foster Future Growth. Retrieved April 6, 2019, from <https://www.kenresearch.com/automotive-transportation-and-warehousing/automotive-and-automotive-components/indonesia-used-car-report/79410-100.html>

Kotler ; Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (10th ed.). United States or America: Prentice Hall.

Kotler ; Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (A. M. ; W. Hardani, Ed.) (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Permana, D. (2018). Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pencuci Mulut (mouthwash). *Jurnal Manajemen*, 22(2), 235. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i2.361>
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana Simpati Telkomsel di lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 138–147.
- Prill, R. (2013). Menciptakan Islamic Branding. *JBMA*, 1(2), 3.
- R Dewantoro ; W Adidarma. (2019). Pengaruh Model Iklan pada Ekuitas Merek dan Minat Beli (Studi Kasus Produk Kopi Instan di Indonesia). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 2(1), 22–34.
- Randy. (2017). Membeli Mobil Bekas Bisa Jadi Solusi Miliki Kendaraan Murah. Retrieved April 6, 2019, from <https://www.priceza.co.id/guide/Jual-Mobil-Bekas/993>
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brand* (1st ed.). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief*. (R. Widyaningrum, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman ; Kanuk. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). United States or America: Prentice Hall.
- Sekaran, B. ; (2016). *Research Method for business* (7th ed.). Chichester: John wiley & Son.
- Siegel, S. (2011). *Statistik Nonparametrik untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Silaen, H., & Listyorini. (2015). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kia Picanto (Studi Pada Konsumen Kia Picanto Di Dealer Kia Mobil Dinamika Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*

(*JiAB*), 4(2).

Simamora, B. (2008). *Panduan riset perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto ; Wijarnako. (2004). *Power Branding*. (A. rosyid ; I. Andriani, Ed.). Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Suwandi ; Desyana. (2018). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(01), 10–15.

Suwandi ; Putri, A. D. (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Ekspedisi. *Journal Of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(1), 69–76.

Suwandi, ; Nursiska ; Annastasia ; Andriani ; Rachmawati ; Munira. (2018). Rencana Bisnis Aksesoris Palm ' S Craft. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1, 199–203.

Tabachnick, Barbara G ; Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). California: Pearson Education.

Tamara, N. H. (2019). Peta Baru Persaingan Bisnis Mobil di Indonesia. Retrieved April 3, 2019, from <https://katadata.co.id/analisisdata/2019/02/11/peta-baru-persaingan-bisnis-mobil-di-indonesia>