

Daftar Pustaka

- Abdelkader, O. A. (2015). Influences of Country of Origin on Perceived Quality & Value According to Saudi Consumer of Vehicles. *International Journal of Marketing Studies*, 95.
- Agung Priyantika, I. N., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh Green Advertising dan Green Claim Pada Niat Beli Ulang Konsumen Green Product. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1187.
- Altaf, S., & Hashim, N. (2016). Key Factor Influencing Purchase Intentions Toward Automobile in Pakistan. *A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences*, 17.
- Ariesmendi, D., & Saraswati, T. G. (2013). The Effect Of Foreign Branding On Perceived Quality And Consumer Purchase Intention At Sour Sally In Bandung. *Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, 3.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. A. (2016). Factor Influencing Perceived Quality and Repurchase Intention Towards Green Products. *Elsevier*, 393.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, 126.
- Asshidin, N. N., Abidin, N., & Borhan, H. B. (2016). Perceived Quality and Emotional Value That Influence Consumer's Purchase Intention towards American and local products. *Elsevier*, 640.
- Bajpai, N., & Khandelwal, U. (2011). A Study on Green Advertisement and its Impact on Consumer Purchase Intention. *Journal of Creative Communications*, 273.
- Bestari, K. L. (2016). Pengaruh Green Brand Image, Green Advertising dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3.
- Briliana, V., & Ritonga, J. (2016). Pengaruh Perceived Price, Brand Equity, Brand Loyalty, Perceived Price Deal, dan Product Involvement terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Grand New Avanza. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 26.

- Chang, C. H., & Chen, Y. S. (2013). Managing green brand equity: the perspective of perceived risk theory. *Springer*, 8.
- Chen, Y., Lin, C., & Weng, C.-S. (2015). c. The Influence of Environmental Friendliness on Green Trust: The Mediation Effects of Green Satisfaction and Green Perceived Quality. . *Sustainability* , 10139.
- Chen, Y.-S., & Chen, H.-H. (2016). The Strategy to Enhance the Driving Force of Electronic Documents and Records Management Policy a Reflection from Green Marketing Participants' Perception Attitude, Loyalty and Word-of-mouth Behaviors. *Department of Business Administration National Taipei University*, 16.
- Club, A. O. (2015, 10 15). *Tahukan anda apa kelebihan dari mobil-mobil LCGC?* Dipetik 2 25, 2017, dari otomotifclub.com:
<http://otomotifclub.com/tahukan-anda-apa-kelebihan-dari-mobil-mobil-lcgc/>
- Davidson, S. (2016). *Green Advertising and Millennials*. Braynt University: Jane Mckay-Nesbitt.
- Fendy. (2013). Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention melalui Brand Preference sebagai mediasi pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya. 2.
- Fendy. (t.thn.). Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention melalui Brand Preference sebagai mediasi pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya. 2.
- Fitriana, D., & Yulianti, I. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada produk otomotif (Studi Kasus Pada Calon Pembeli Toyota Avanza Di Auto 2000 Sutoyo-Malang). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, 4.
- Fitriana, S. (2013). Pengaruh Efektifitas Iklan Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 9.
- Gaikindo, T. (2016, 1 31). *GAIKINDO: Pasar Mobil Domestik 2016 Berpeluang Naik 5%*. Dipetik 2 25, 2017, dari www.gaikindo.or.id:
<http://www.gaikindo.or.id/gaikindo-pasar-mobil-domestik-2016-berpeluang-naik-5/>

- Gaikindo, T. (2016, 1 31). *GAIKINDO: Pasar Mobil Domestik 2016 Berpeluang Naik 5%*. Dipetik 2 26, 2017, dari www.gaikindo.or.id:
<http://www.gaikindo.or.id/gaikindo-pasar-mobil-domestik-2016-berpeluang-naik-5/>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Multivarjate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 323.
- Gozali, M., & Ruslim, T. (2012). Efek E-WOM terhadap Brand Image dan Purchase Intention (Kasus : Industri Mobil D). *Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara*, 9.
- Gujarati, D. (2012). *Basic Econometric*. New York : McGraw Hill 2012.
- Investment, T. P. (2016, 5 16). *Industri Manufaktur Otomotif Indonesia*. Dipetik 2 25, 2017, dari Indonesia Investment: <http://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047>
- Katadata, T. P. (2016, 8 10). *Potret, Tantangan dan Peluang Industri Otomotif Indonesia*. Dipetik 2 25, 2017, dari katadata.co.id:
<http://katadata.co.id/infografik/2016/08/10/potret-tantangan-dan-peluang-industri-otomotif-indonesia>
- Katadata, T. P. (2016, 8 10). *Potret, Tantangan dan Peluang Industri Otomotif Indonesia*. Dipetik 2 26, 2017, dari katadata.co.id:
<http://katadata.co.id/infografik/2016/08/10/potret-tantangan-dan-peluang-industri-otomotif-indonesia>
- Khabibi, I. (2015, 9 27). *Polusi Udara Indonesia di Posisi 8 Paling Mematikan, Ini Kata Menteri Siti*. Dipetik 2 26, 2017, dari news.detik.com:
<http://news.detik.com/berita/3028851/polusi-udara-indonesia-di-posisi-8-paling-mematikan-ini-kata-menteri-siti>
- Khairunnisak, R., & Firman. (2015). Pengaruh Dimensi Perluasan Merek Terhadap Minat Beli Produk. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padan*, 2.
- Khoshamooz, H. (2015). Study Effect of perceived risk and perceived value on Green Trust of Customers Electronics Products in Bandar Anzali. *American-Eurasian Network for Scientific*, 537.

- Kong, W., Harun, A., Sulong, R. S., & Lily, J. (2014). The Influence of Consumer Perception of Green Product on Green Purchase Intention. *International Journal of Asian Social Science*, 928.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. America: Pearson.
- Lalujan, D. I., Pengemanan, S., & Tumbuan, W. (2016). Analyzing the influence of brand image, perceived price and perceived quality on consumer buying decision of low cost green car (case study of Astra Toyota Agya at Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 148.
- Lukitaningsih, A. (2013). Komunikasi, Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13*, 216.
- Malhotra, & K, N. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Hooi, K. K. (2012). The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian. *International Conference on Economics, Business Innovation*, 39.
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Hoon, K. K. (2012). The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian. *International Conference on Economics, Business Innovation*, 40.
- Meiliana Saputri, S., & Kurniawati. (2015). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Purchase Intention. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 755.
- Mulyadi, Minarsih, M. M., & Hasiolan, L. B. (2015). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap minat beli (Studi pada Konsumen Mie Sedap di Pasar Pedurungan Kidul Semarang). *Jurnal Unpad*, 3.
- Naeini, A., Azali, P., & Tamaddoni, K. (2015). Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Development, Brand Preference and Customer Willingness to Pay Higher Prices. *Management and Administrative Sciences Review*, 618.
- Nayazri, G. M. (2016, 17 10). *Rekam Jejak Sepuluh Merek Terlaris Sepanjang 2016*. Dipetik 2 25, 2017, dari otomotif.kompas.com: <http://otomotif.kompas.com/read/2016/10/17/130100815/rekam.jejak.sepuluh.merek.terlaris.sepanjang.2016>

- Nayazri, G. M. (2016, 17 10). *Rekam Jejak Sepuluh Merek Terlaris Sepanjang 2016*. Dipetik 2 26, 2017, dari otomotif.kompas.com: <http://otomotif.kompas.com/read/2016/10/17/130100815/rekam.jejak.sepuluh.merek.terlaris.sepanjang.2016>
- Nur Endah Retno Wuryandari, S. M. (2014). Efektifitas dan Kreativitas Iklan. *Pusat Bahan Ajar dan eLearning - Universitas Mercu Buana*, 2.
- Otomaniac, T. P. (2016, 3 5). *Harga Mobil Datsun Terbaru Mei 2017*. Dipetik 2 25, 2017, dari www.otomaniac.com: <https://www.otomaniac.com/harga-mobil-datsun-terbaru/>
- Otomaniac, T. P. (2016, 3 5). *Harga Mobil Datsun Terbaru Mei 2017*. Dipetik 2 26, 2017, dari www.otomaniac.com: <https://www.otomaniac.com/harga-mobil-datsun-terbaru/>
- Praharjo, A., Suharyono, & Wilopo. (2011). Pengaruh Green Advertising Terhadap Persepsi Tentang Green Brand Dan Keputusan Pembelian. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 3.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Putri, A. N. (2015). Analisa Corporate Credibility Terhadap Purchase Intention Telkomsel 4g-Lte Dengan Attitude Toward The Advertising Dan Attitude Toward The Brand Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9, No. 1*, 10.
- Putri, E. O. (2017). Pengaruh kesadaran lingkungan, inovasi produk dan persepsi kualitas terhadap niat beli mobil Suzuki Karimun Wagon R AGS . *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 3.
- Putri, E. O. (2017). Pengaruh Kesadaran lingkungan, inovasi produk dan persepsi kualitas terhadap niat beli mobil Suzuki Karimun Wagon R AGS . *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 3.
- Rizwan, M., Aslam, A., Ahmad, N., Sarwar, U., & Asghar, T. (2013). Impact Of Green Marketing On Purchase Intention: An Empirical Study From Pakistan. *Asian Journal of Empirical Research*, 90.
- Saito, R., & Krafft, J. (2014). *An Experimental Study about the effects of misleading and deceptive environmental claims in advertising*. University of Gothenburg.

- Salim, F. F., & Dharmayanti, S.E, M.Si, D. (2014). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.
- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). Green Packiaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, 148.
- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). Pengaruh Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi dan Minat Beli Konsumen. *Jur. Ilm. Kel. & Kons., Mei 2016*, 2.
- Sari, D. I. (2015). Pengaruh Brand Loyalty Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pelanggan Kfc Bekasi. *Widya Cipta, Vol. VII.*, 156.
- Sari, D., & Kusuma, B. (2014). Does Luxury Brand Perception Matter In Purchase Intention? *Asean Marketing Journal*, 54.
- Sativa, R. L. (2016, 4 1). *Agustus: Polusi Udara di Jakarta Sudah dalam Tahap Bahaya*. Dipetik 2 25, 2017, dari health.detik.com: <http://health.detik.com/read/2016/01/04/063745/3109689/763/agustus-polusi-udara-di-jakarta-sudah-dalam-tahap-bahaya>
- Schiffman, G, L., & Kanuk, L. L. (2012). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, & Bougie. (2016). *Research Methods for Business a Skill Building Approach*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shukor, M., Sulaiman, Z., Zakuan, N., & Chin, T. (2016). The Effect of Emotional Versus Rational Appeal in Advertising on Malaysian Consumers Purchase Intention of Hybrid Car. *ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences*, 14108.
- Siahaan, M. C., Pangemanan, S. S., & Pandowo, M. (2014). Price, brand equity, and perceived quality on purchase intention of Honda Scooter Motorcycle in Manado. *Jurnal EMBA*, 1.
- Soesatyo, N., & Leonid Julivan Rumambi, S. M. (2013). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience terhadap iklan dan merek serta pengaruhnya pada minat beli Top Coffee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3.

- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suwismo, A. (2016, 6 2). *Kumpulan Data Otomotif di Indonesia*. Dipetik 2 25, 2017, dari dataindustri.blogspot.co.id:
<http://dataindustri.blogspot.co.id/2016/06/kumpulan-data-otomotif-di-indonesia.html>
- Suwismo, A. (2016, 6 2). *Kumpulan Data Otomotif di Indonesia*. Dipetik 2 27, 2017, dari dataindustri.blogspot.co.id:
<http://dataindustri.blogspot.co.id/2016/06/kumpulan-data-otomotif-di-indonesia.html>
- Tempo, T. P. (2016, 10 24). *September 2016 Penjualan Datsun Anjlok*. Dipetik 2 25, 2017, dari otomotif.tempo.co:
<https://otomotif.tempo.co/read/news/2016/10/24/347814686/september-2016-penjualan-datsun-anjlok>
- Tempo, T. P. (2016, 10 24). *September 2016 Penjualan Datsun Anjlok*. Dipetik 2 27, 2017, dari otomotif.tempo.co:
<https://otomotif.tempo.co/read/news/2016/10/24/347814686/september-2016-penjualan-datsun-anjlok>
- Thanomsub, M. (2013). Factors Affecting Consumer's Purchase Intention toward Japanese Car in Bangkok. *School of Business, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*, 4.
- Tih, S., Chan, K. T., & Ahmed, A. (2016). Green Advertising Appeal and Consumer Purchase Intention. *Jurnal Pengurusan 47 Malaysia*, 2.
- Triawan, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Merek Honda Type PCX 150 (Studi pada pengunjung cafe di tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4.
- Utama, R. (2016, 12 29). *Turun di 2015, Penjualan Mobil Murah Meroket di 2016*. Dipetik 2 25, 2017, dari www.cnnindonesia.com:
<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161228193818-384-182742/turun-di-2015-penjualan-mobil-murah-meroket-di-2016/>
- Varga, N., & Zhao, F. (2016). The Country of Ownership Paradox an Exploratory Study of consumer perception in the automobile industry. *Lund University School of Economics and Management*, 10.

- Widowati, T. I. (2013). Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Pada Merek Melalui Efektivitas Iklan Pada Iklan Merek “X” Di Surabaya. *MM UNIKA Mandala Surabaya*, 3.
- Widowati, T. I. (t.thn.). Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Pada Merek Melalui Efektivitas Iklan Pada Iklan Merek “X” Di Surabaya. *MM UNIKA Mandala Surabaya*, 3.
- Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (t.thn.). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality terhadap minat beli sepeda motor Honda Beat di Kota Denpasar.
- Yanthi, P. K., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Perceive Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3854.
- Yee, C. J., San, A. N., & Khoon, C. H. (2013). A Study on Malaysia Consumer Perception towards buying an Automobile. *Universiti Tunku Abdul Rahman (UTAR)*, 291.
- Yee, C. J., San, A. N., & Khoon, C. H. (t.thn.). A Study on Malaysia Consumer Perception towards buying an Automobile. *Universiti Tunku Abdul Rahman (UTAR)*, 291.
- Yu-ShanChen, Chang-LiangLin, & Chang, C.-H. (2014). The influence of greenwash on green word-of-mouth. *Qual Quant*, 2418.
- Yusof, J., Bariam Singh, G., & Razak, R. A. (2013). Purchase Intention of Environment-Friendly Automobile. *Elsevier*, 403.
- Zulfria, N. (2014). a.Antecedents Dan Consequence Dari Green Trust, Studi Kasus Di Universitas Trisakti. *Trisakti University*, 4.