

## DAFTAR PUSTAKA

Ambaru Rukmi Dyah Kusumawardani, Jono Munandar, Mukhamad Najib (2018). *“Pengaruh Sepuluh Equitas Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Bata Berdasarkan Sikap Konsumen”*. *E-jurnal ilmiah Manajemen*, Vol 8, no. 2, Juni 2018

Anas Nugraha, Refius Prapditya Setyanto (2018). *“The Effect of Vlogger Credibility as Marketing Media on Brand Awareness to Customer Purchase Intention”*. *E-jurnal Management* Vol.1, No. 2, 2018.

Data penjualan mobil hatchback dalam unit. Diakses pada tanggal 25 desember 2019 pukul 17.30 <https://www.oto.com/berita-mobil/perang-hatchback-2019-penjualan-honda-jazz-ungguli-toyota-yari>

Data penjualan hatchback dalam unit Diakses pada tanggal 25 desember 2019 pukul 17.30 <https://otodriver.com/daftar-harga/2019/daftar-harga-medium-hatchback-merek-jepang-desember-2019-dafbjice019>

Data Penjualan Mobil Hatchback, Diakses pada Tanggal 10 desember 2019 Pukul 08.46 <https://otodriver.com/article/view/inilah-hatchback-terlaris-sepanjang-2017-di-indonesia/hk8fXfXtODyHThAB1IKXLeMuZ7p6xzoYMTA-XKZj-o>

Data Penjualan Mobil Hatchback, Di akses pada Tanggal 14 desember 2019 Pukul 08.46 <https://www.cekaja.com/info/5-mobil-hatchback-terlaris-sepanjang-2018/>

**Dhani Eka Febrian (2018) “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga dan Sikap terhadap Niat Beli Produk Private Label Merek Giant” E-jurnal UNS Vol 6, No.1**

**Dziqry Muhammad Haikal, Suliyanto (2018) “The Effect of Consumer Ethnocentrism, Brand Image, and Perceived Quality, on Purchase**

**Decision with Purchase Intention as Intervening Variable” E-jurnal Management, Vol.20, No.2**

**Erick Setiadi, Michael Adiwijaya, Hartono Subagio (2018) “ The Impact of Brand Awareness and Country of Origin on Purchase Intention with Mediation of Self Congruity on Chinese Brand Automotive Products Wuling” IBS Vol.1 No.2**

**Fenny Arti Restari, Andriani Kusumawati, Lucy Deasyana Rahma (2019), “Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian” E-jurnal JAB . Vol.68, No.1**

**Hatane Samuel, Kelvin Yohannes Setiawan (2018) “Promosi melalui Sosial Media Brand Awareness, Purchase Intention pada Produk Sepatu Olahraga” E-jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 12, No.1**

**I Made Widya Surapurta, Ida Bagus Raka Suardana (2019) “Persepsi Kualitas sebagai Mediator antara Merek, Desain, Harga dan Niat beli Sepeda Motor” E-jurnal Universitas Pendidikan Nasioanal 2019.**

**Maria Dewi Kartkasari, Muhammad Dimyanti, Hari Sukarno (2018) “Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian dengan Mediasi Minat Membeli Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember” E-jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol 2 No.172**

**Muhammad Arie Permana, Andriani Kusumawati, Mukhmad Kholid Mawarrdi (2018) “The Infulence of Brand Awareness and Brand Image on Purchase Decision” E-jurnal Unbraw 2018.**

Perkembangan Industri Otomotif di Indonesia. Diakses pada tanggal 5 desember 2019 pukul 14.25 <https://www.gaikindo.or.id/perkembangan/>

Penurunan penjualan Mirage. Diakses pada tanggal 6 desember 2019 pukul 19.20 <https://otodriver.com/berita/2018/mitsubishi-mirage-akan-berhenti-diproduksi-mitbecdbksi>

Profil Mirage. Diakses pada tanggal 6 desember 2019 pukul 19.30  
<https://www.carmudi.co.id/journal/karena-kualitas-harga-mitsubishi-mirage-bekas-lebih-mahal-dari-lcgc/>

Profil Mitsubishi Mirage. Diakses pada tanggal 25 desember 2019 pukul 17.40  
<https://www.mitsubishi-motors.co.id/>

**Rahayu Mardikaningsih, Surjo Hadi, Didin Hadi Saputra (2019) “Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula” E-jurnal Ekuitas, Vol 1 No.1**

**Said Firdaus, Mariyudi, Teuku Zulkarnaen (2018) “The Effect of Brand Awareness and Brand Image on The Decision of Purchase and Online Shopping Loyalty In The City of Banda Aceh”, E-jurnal Universitas Malikusaleh 2018**

**Shamir Hasyim Syarif (2019) “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Saniraty Merek Hock di Kota Medan” E-jurnal Universitas Almuslim Bireuen, Vol X1 No.1**

**Sinoka Ansari, Ghiswa Ansari, Muhammad Ghori, Abdul Kazi (2019) “Impact of Brand Awaraness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision” E-jurnal JPVAI 2019.**

**Trisdayana Aryadhe, Alit Suryani, Ida Bagus Sudiksa (2018) “Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian” E-jurnal Unud, Vol 7 No.3**