

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Konsumen (Studi pada Toyota Agya). *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, II(3), 603–611.
<http://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/9572>
- Assauri. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Price Image Terhadap Purchase Intention Dengan Store Image Sebagai Variabel Intervening Pada Ibox Store Di World Trade Center (Wtc) Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 99–111.
<http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/1768>
- Harsono. (2019). PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PERSEPSI NILAI DAN PENGALAMAN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI (Studi kasus pada Toyota Avanza di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3902. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p22>
- Keller. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–11.
- Rosad, S. dan. (2018). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo*. 25(1411).
- Simamora. (2017). Brand image. *New Scientist*, 165(2229), 57.
<https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090353>
- Tjiptono. (2020). Pengaruh Brand Image dan Life Style Terhadap Purchase Intention Studi Kasus pada PT. Yamaha Alfa Scorpii Botania Batam. *Jurnal Khazanah Ilmu Berazam*, 3(1), 86–93.