

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J.L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34 (3), hlm. 347-356.
- Ahmad, M.F. (2015). Antecedents of halal brand personality. *Emerald Insight: Journal of Islamic Marketing*, 6(2), hlm. 209-223.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Azoulay, A., Kapferer, J.N. (2003). Do brand personality scales really measure brand personality?, *Henry stewart publication: Brand Management*, 2(2), hlm. 143-155.
- Black Xperience. (t.t). *KIA tutup tahun 2011 dengan peningkatan penjualan 39 persen*. Diakses dari <http://www.blackxperience.com/autonews/detail/kia-tutup-tahun-2011-dengan-peningkatan-penjualan-39-persen>
- Geuens, M., Weijters, B., Wulf, K.D., (2009). A new measure of brand personality. *Science Direct: Intern. J. of Research in Marketing*, 26, hlm. 97-107.
- Hawkins, D.I. & Mothersbaugh, D.L. (2010). *Consumer behavior: building marketing strategy*. 11th Edition, United States: Mcgraw Hill Higher Education.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika
- Info Terbaru. (t.t). *Tahun 2015 KIA Indonesia tidak tembus target*. Diakses dari <http://infoterbaru.co/tahun-2015-kia-indonesia-tak-tembus-target/>
- Irawan, I. (2016). *Ini dia 5 mobil hatchback terbaik dan terpopuler sepanjang tahun 2015*. [Online]. <http://bintangotomotif.com/ini-dia-5-mobil-hatchback-terbaik-dan-terpopuler-sepanjang-tahun-2015/>
- Ismail, A.R (2012). Effects of brand love, personality and image on word of Mouth. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), hlm. 386 – 398.
- Kapferer, J.N. (2008.) *New strategic brand management*. 4th Edition, London and Philadelphia: Kogan Page Limited.
- KIA. (t.t). *The KIA Rio hatchback*. Diakses dari <https://www.kia.co.nz/vehicles/rio>

- KIA. (t.t). *Corporate Identity*. Diakses dari <http://www.kia.lk/corporate/company/corporate-identity>
- KIA Bandung. (2014). *KIA Picanto dan KIA Rio masih jadi andalan*. Diakses dari <http://www.kia-bandung.com/berita/kia-picanto-dan-kia-rio-masih-jadi-andalan.html>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. 15th Edition. England: Pearson Education Limited
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing management*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing management*. 15th Edition. England: Pearson Education Limited
- Kurtulus, M.K.O.Y.B.G.K. (2010). Branding places: applying brand personality concept to cities. *Emerald Insight: European journal of Marketing*. 44(9/10), hlm. 1286-1304
- Li, X.T.C. (2013). Impact of brand personality and consumer ethnocentrism in China's sportswear market. *Emerald Insight: Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 25(3), hlm. 491-509.
- Livette, M. (2007). Influencer and other “buying” roles in the decision-making process of retirement housing purchasers. *Emerald Insight: Property Management*, 25(3), hlm. 242-256.
- Maulana, A. (2014). *Siapa rajanya mobil hatchback tahun 2014?*. [Online]. Diakses dari <http://oto.detik.com/read/2014/12/31/164036/2791288/1207/siapa-rajanya-mobil-hatchback-tahun-2014>.
- Maulana, A. (2015). *KIA Indonesia babak belur tahun ini*. [Online]. Diakses dari <http://otomotif.kompas.com/read/2015/11/12/185100015/Kia.Indonesia.Babak.Belur.Tahun.Ini>

- Mobil88 Astra. (2012). *Beberapa kategori mobil yang patut diketahui!*. Diakses dari <http://www.mobil88.astra.co.id/info/berita/baca/475/Beberapa-Kategori-Mobil-yang-Patut-Diketahui>
- Moschuris, L.G.L.S.J. (2001). The influence of enterprise type on the purchasing decision process. *Emerald Insight: International Journal of Operations & Production Management*, 21(3), hlm. 351-372.
- Nazir, M. (2011). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Octama, C.I. (2015). *KIA optimis pasar city car dan hatchback terus berkembang*. [Online]. Diakses dari <http://www.beritasatu.com/otomotif/288074-kia-optimistis-pasar-city-car-dan-hatchback-terus-berkembang.html>
- Prayogo, R.O. (2013). *Picanto sukses mendongkrak penjualan KIA di 2012*. [Online]. Diakses dari <http://industri.kontan.co.id/news/picanto-sukses-mendongkrak-penjualan-kia-di-2012>
- Sangadji, E.M. & Sopiah, (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Satrio, H. (2015). *Ini dia 7 hatchback terlaris di Indonesia pada tahun 2014*. [Online]. Diakses dari <http://autonetmagz.com/ini-dia-7-hatchback-terlaris-di-indonesia-pada-tahun-2014/25766/>
- Sugiyono, (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, H., Muhandi, H. (2012). *10 hatchback terlaris akhir tahun ini*. [Online]. Diakses dari <http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/376527-10-hatchback-terlaris-akhir-tahun-ini>
- Thanasuta, K. (2015). Thai consumers' purchase decisions and private label brands. *Emerald Insight: International Journal of Emerging Markets*, 10(1), hlm. 102-121.
- Tong, J.S.X. (2015). Brand personality and brand equity: evidence from the sportswear industry. *Emerald Insight: Journal of Product & Brand Management*, 24(2), hlm. 124-133
- Wikipedia. (t.t.). *Klasifikasi mobil*. Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Klasifikasi_mobil.