

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David, 2013, *Manajemen Ekuitas Merek*, (Alih bahasa oleh Aris Ananda), Jakarta : Mitra Utama.
- Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia, 2015-2019, Penjualan Sepeda Motor di Indonesia. Dalam [www.aisi.co.id](http://www.aisi.co.id). Diunduh pada 8 April 2020.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA, 2016, ”*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*”.*Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 13,(2).
- Angelita Elisabeth Salindeho, Silvy L. Mandey, 2018, *Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki*, *Jurnal EMBA*, Vol.6, No.4 September 2018, Hal. 3348-3357.
- Budi Istianto, Lailatan Nugroho, 2017, *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil*, *EKSIS*, Vol.12, No.1, Hal 1-8.
- Dhio Rayen dkk, 2015, *Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT.Sinar Galesong Pratama Manado*, 2015, *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.3 September, Hal 1298-1308.
- Fandy Tjiptono, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.

- Ghozali, Imam. 2018. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”. Edisi 9. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendra N.A, 2013,*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang*. Journal Of Management, Vol.2, No.3, Tahun 2013, Hal 1-10.
- Idris,2013, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang*, Journal Of Management, Vol.2, No.3, Hal 2.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008, Alih Bahasa : Bob sabran, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008, Alih Bahasa : Bob sabran, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip dan Gary Armstorng, 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi-13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Manampiring, Andrew F dan Trang, Irvan. 2016. “*Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International Tbk Malalayang*”. Jurnal EMBA, Vol, 4 No. 1 Maret, Hal 472-483.
- Melita Yesi Agustin, 2016, *Analisis Kualitas Produk, Harga dan Pronosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario*, 2016, Jurnal Berkala Ilmiah Evisiensi, Vol.16, No.03.

- Nur Achidah dkk, 2016, *Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT*, Journal Of Manajement, Vol.2, No.2 Maret 2016.
- Rizki Amri Nanda, Susi Indriyani, 2018, *Pengaruh Harga, Fitur dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Mobil Mitsubishi*, Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis 2018.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. "*Menejemen Pemasaran Modern*". Yogyakarta : Penerbit Liberty Yogyakarta
- Tina Martini, 2016, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*, Jurnal Pemelitian, Vol.10, No.1 Februari 2016.
- Tjiptono, Fandy. 2014. "*Strategi Pemasaran*". Yogyakarta : Andi.
- Yudhi Soewito, 2013, *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*, Jurnal EMBA , Vol.1, No.3 Juni, Hal.218-229.