

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, K. Y., Astuti, M., & Aryani, L. (2020). Minat Beli Konsumen Atas Produk Sepeda Motor Yamaha MIO M3 Studi di Wilayah Kota Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 271–280. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.364>
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, (2013) *Distribusi jenis Sepeda motor di Indonesia* <https://www.aisi.or.id>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, K. (2015). *Marketing Management* (Vol. 26, Issue 1). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Edisi keem). Penerbit Erlangga.
- Mandasari, W. J., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(9).
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed). Alfabeta.

- Putri, N. N. I. K. S., & Rahyuda, I. K. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Keunggulan Produk Dengan Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5539.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p12>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). CV. ALFABETA.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis regresi dengan SPSS* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- Wijaya, F. (2019). Analisis pengaruh promosi dan citra merek terhadap minat beli sepeda motor Yamaha bagi mahasiswa STIE Eka Prasetya Medan.
artikel ilmiah
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. UPP STIM YKPN.
- Yamaha,(2023) *Merek dan sejarah Yamaha* <https://www.yamaha.com>
- Zhahir, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 146–154.