

DAFTAR PUSTAKA

- (Asosiasi Industri Motor Indonesia), A. (2020). Data Penjualan Motor 2019 Dari AISI Untuk Semua Merek. *Data Penjualan Motor 2020 Dari AISI Untuk Semua Merek* .
- A. M. (2020). *Spesifikasi, Harga dan Keunggulan Motor Honda Beat eSP CBS ISS*. Dipetik 10 21, 2020, dari Spesifikasi, Harga dan Keunggulan Motor Honda Beat eSP CBS ISS: <https://www.astramotor.co.id/spesifikasi-harga-dan-keunggulan-motor-honda-beat-esp-cbs-iss/>
- Aziz, M. R. (2015). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI DEALER SUMBER BARU REZEKI. *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI DEALER SUMBER BARU REZEKI* .
- Dhiraj. Kelly. (2018). PENGGUNAAN FAKTOR KUALITAS, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jurnal Teknologi Informasi Teoritis dan Terapan* .
- Setyowati. Dian. (2018). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada konsumen Toko java scloth Mojolaban Sukoharjo). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada konsumen Toko java scloth Mojolaban Sukoharjo)* .
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IMB SPSS 23 (edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Juliana, K. E. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat* .
- K. a., & Keller. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Amstrong, Gary. (2011). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- KumparanOTO. (2020). *Honda Kuasai 75 Persen Pasar Sepeda Motor Indonesia*. Dipetik 1 1, 2020, dari Honda Kuasai 75 Persen Pasar Sepeda Motor Indonesia
- kurniawan, a. (2020, 1 20). *Realisasi Penjualan Sepeda Motor 2020*. Dipetik 1 20, 2020,dariKOMPAS.com:
- Morrison. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Naashir, M., Istiatin, & Hartono, S. (2016). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* .
- P. P. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek* .
- Priharto, S. (2017). *Penjelasan Lengkap Tentang Perilaku Konsumen*. Dipetik 11 27, 2017

- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan)* .
- S. A. (2019). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman coca-Cola Di Fakultas Ekonomi Dan bisnis Universitas Sumatera Utara. *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman coca-Cola Di Fakultas Ekonomi Dan bisnis Universitas Sumatera Utara* .
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Setiadi.
- Sawlany, D. K. (2018). Jurnal Teknologi Informasi Teoretis dan Terapan. *Jurnal Teknologi Informasi Teoretis dan Terapan* , 4.
- Schiffman, & Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2011). *Consumer Behavior*. New York.
- Sibuea, A. (2017). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Produk Nivea Di Kelurahan Babura kecamatan Medan Sunggal medan. *M. Anshari Sibuea (2017) Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Produk Nivea Di Kelurahan Babura kecamatan Medan Sunggal medan* .
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: ALFBETA.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, & Kualitatif, R&D*. Bandung: AFABETA.
- Suleman, N. R. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis,. *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian* .

- Wijaya, T.2011. Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1. Indeks Jakarta Wijaya,
T.2011. ManajemeWijaya, T.2011. Manajemen Kualitas Jasa. Edisi
1. Indeks Jakarta n Kualitas Jasa. Edisi 1. Indeks Jakarta
- Z. R. (2018). PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN (SURVEI PADA
MASYARAKAT TANJUNG SELAMAT). *PENGARUH IKLAN TELEVISI
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
(SURVEI PADA MASYARAKAT TANJUNG SELAMAT)* .