

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 150cc di Desa Demaan Kota Jepara. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 339-349.
- Dewi, D. A. P. K., & Sudarta, I. G. G. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Merk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Astra Internasional Honda Sales Operations Tbk. Honda Cabang Denpasar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 4(1), 33-44.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7-23.
- Irfan, S. (2020). *Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologis Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Dealer Honda Bintang Motor-Jakarta)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Nardo, L., & Prasetyo, B. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT PADA DEALER CV. SUPRA JAYA MOTOR CIANJUR. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(5), 433-448.
- Rianto, S., & Andrian, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*, 3(1), 44-48.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021, September). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda "Scoopy" Di Kota Tangerang. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 1070-1079).

- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 362-376.
- Situmorang, G., & Santosa, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Mio (Studi Pada Konsumen Motor Matic Mio Di Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 398-404.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.”. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Tjiptono, F.(2016). *Pemasaran jasa (prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy,2014, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta