

DAFTAR PUSTAKA

- Schiffman, L., and Kanuk, L. (2014). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. Pearson Education. London.
- Garvin, David A. (2013). Alih bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, Ghalia, Jakarta.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 12th ed., Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2014). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13, Jilid 1, Erlanga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K, L, (2016). *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc. London.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan 16. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Manajemen. Cetakan Ketiga. CV Alfabeta. Bandung.

- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan Ancella A. Hermawan. Edisi Kedelapan, Jilid 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 2. PT. Indeks, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Cetakan ke-8. Semarang : Universitas Diponegoro
- Nazir, Muhammad. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Topbrand, 2019, Top Brand Award, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2019_fase_2.
- AISI. 2019. <https://warungasep.net/2020/01/20/data-aisi-tahun-2019-honda-jualan-49-juta-unit-yamaha-14-juta-suzuki-dan-kawasaki-turun/>.
- Budi, I. dan Lailatan, N. (2016). “Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)”. *Jurnal Ekonomi*. Vol 12, No 1 April 2016.

- Titik, E. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.Gajah Mada Cabang Padang”. *Jurnal Manajemen*. Universitas Putera Batam.
- Riris, L. (2018). “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario”. *Jurnal AKP*. Volume 8, Nomor 2. Jakarta.
- Dori, Yulihar dan Naila. (2014). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kota Padang”. *Jurnal Manajemen*. Univesitas Bung Hatta.
- Dhio, Sem dan Jacky. (2015). “Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1298-1308.
- Melita, Y. (2016). “Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian – Bitung)”. *Jurnal Manajemen*. Volume 16 No. 03.