

DAFTAR PUSTAKA

- Aries, Muhammad., et al. 2019. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 60, No.3, 36-44.
- Basyir, Azhar. 2019. Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli (Studi Terhadap Onsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Negera (JPTN)*, Vol. 7 No. 03:564-570, 14-24.
- Erida dan Arisonang Rangkuti. 2019. The Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention Of Notebook With Discount Price As Moderating Variable. *Journal of Business Studies and Management Review*, Vol. 1 No.1, 26-32.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen* Edisi Kelima, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaikindo: Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. 2020. Hasil Sensus BPS: Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tembus 133 Juta Unit. <https://www.gaikindo.or.id/data-bps-jumlah-kendaraan-bermotor-di-indonesia-tembus-133-juta-unit/>
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Indriyana, Kristinawati. 2019. Citra Merek Persepsi Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6 No. 2, 1-20.
- Irvanto, Ogy., dan Sujana. 2020. Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 8 No.2, 105-126.
- Irwanto, Agus., Fatchur Rohman., dan Noermijati. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word-Of-Mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 11, Nomer 1, 1-22.
- Iswara, Aditya Jaya. 2021. 5 Negara dengan Penduduk Terbanyak 2021, Indonesia Termasuk. <https://internasional.kompas.com/read/2021/05/23/151939970/5-negara->

[dengan-penduduk-terbanyak-2021-indonesia-termasuk?page=all.](https://www.bps.go.id/indonesia/penduduk/penduduk-terbanyak-2021)

Diakses tanggal 23 Mei 2021.

- Kotler dan Armstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13 Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Koentjaraningrat. 2019. *Metode-Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia.
- Kurniawan, Gogi. 2020. Pengaruh Celebgram dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram Produk Erha Clinic di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 No.1, 39-47.
- Kurniawan, Henricus Adi., dan Farida Indriani. 2019. Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Motor Kawasaki Ninja 250 F1 di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7 No.4, 1-13.
- Mandasari, Wulan Jayanti., dan Imam Hidayat. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 7 No. 9:1-16. Hal 7-35.
- Olo, Apnes., Lucky F. Tamengkel., dan Olivia C. Walangitan. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda CV. Lion Cabang Bacan. *Productivity*, Vol. 2 No. 6, 459-464.
- Prastiwi, Nia. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Vario. *Skripsi*, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Hal 17, 36
- Prayoga, I Putu Agus Sipta., dan I Gede Ketut Warmika. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Sepeda Motor. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 7688-7716.
- Riyanto, Slamet., dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sanita, Santi, et al. 2019. Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Cimahi). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, Vol. 1 No. 1, 169-184.
- Schiffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Septiana, Putri., dan Rahyuda. 2019. Peran Citra Merek Memediasi Keunggulan Produk Dengan Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada Kelurahan Kuta Bali, Indonesia). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 7 No10:5539-5569.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sugiono., dan Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta. Hal 44.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sukoco, Sampir Andrean. 2018. *New Komunikasi Pemasaran : Teori dan Aplikasinya*. Jember : CV. Pustaka Abadi. Hal. 20
- Sumardi, Silviana., dan Melina. 2014. *The Power Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal 14-35
- Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus. 2021: *Pedoman Penulisan Skripsi*.