

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. S., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Wourd Of Mouth (Mulut ke Mulut) dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(9), 149–164. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/547>
- Ansori, M. (2014). *Metpdologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Ariani, D. W. (2015). *Manajemen Kualitas*. Universitas Terbuka.
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why customers buy an online product? The effects of advertising attractiveness, influencer marketing and online customer reviews. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 81–99. <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-09-2022-0052>
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 214–222. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.317>
- Arumsari NR, Fahira K (2024). The Influence of Digital Marketing, E-WOM, and Trust on Purchasing Decisions at blibli.com: A Case Study of blibli.com E-Commerce Consumers in Kudus. *KnE Social Sciences*, 2024, 157–168. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16320>
- David, A. (2015). *Aaer On Branding*. Gramedia.
- Dien Hawa, S., Rianto, S., & Saumi Andrean Nofa, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Daya Tarik Iklan dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Pada Honda Beat Motorized Vehicle. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.61434/dfame.v2i1.136>
- Edwin Zusrony. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Ferdinand. (2016). Metode Pennelitian Manajemen. In *FEB Universitas Diponegoro*. FEB Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair.J.F., Black, W.C., Babin, B.J.,&Anderson, R. E. (2014). *Multivarial Data Analysis (17th ed.)*. England: Pearson Education Limited.
- Hanafi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motormatic Honda Scoopy (Fakultas Ekoomi dan Bisnis Universitas Khairun Ternate). *Universitas Khairun, Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motormatic Honda Scoopy (Fakultas Ekoomi dan Bisnis Universitas Khairun Ternate)*.
- Hawkins, D. I. (2018). Cosumer Behaviour. Building Marketing Strategy. In *New York*.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi)*, 3(3), 154–166.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 Ed)*. Erlangga.
- Kotler & Amstrong. (2016). Manajemen Pemasaran (edi13 jili). In Jakarta Erlangga (Ed.), *Jakarta Erlangga* (p. 177).
- Kotler, P. and K. L. K. (2019). Manajemen Pemasaran. In *Jakarta Erlangga* (Edisi ke 1).
- Lamorto. (2016). *Prinsip Pemasaran* (Edisi 7). Erlangga.
- Messy Oktasari, Jhon Rinaldo, R. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max CV. Tjahaja Baru Damar Padang. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 151–166. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2280658>
- Ericko Fuji Murgana, I. A. S. B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo Gresik). 6(10), 1–12.

- Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>
- Saputra, R. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Kosumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kaupaten Sijunjung). *JOM FISIP*, 5, 1–17.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer behavior. In *Pearso Education Limited*.
- Schiffman & Kanuk. (2015). *Persepsi Kualitas, Consumer Behaviour* (New Jersey (ed.)). Pearson Prestice Hall.
- Simamora. (2017). *Riset Pemasaran*. Gramedia Utama.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & ... (2024). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science*, 4307(1), 38–43. [jurnal.goretanpena.com/index.php/jssr/article/viewfile/1710/1091](http://jurnal.goretanpena.com/index.php/jssr/article/viewfile/1710/1091)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Pedekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D*. Alfabet.
- Sylvian, G., Ofa, F., & Wuisan, D. (2021). *Analysis of the influence of brand image, product quality and price perception on purchase decision of honda automatic transmission motorcycle in west halmahera*. 1(2), 123–130.
- Terence, S. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. In *Jaarta : Selemba Empat* (p. 459).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. In *ANDI* (p. 49).
- Utami, R. N., Muslikh, & Oktavia, D. (2024). *The Effect of Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Purchase Intention as Mediating. Marketing and Business Strategy*, 1(2), 80–92. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i2.228>
- Verdiyanata, J. F., & Suci, R. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kesadaran Merek. *Widyagama National Conference on Economics and Business*, 3(1), 1065–1070.

Wahyudi (2023). *Impact of Celebrity Endorsers, Price, and Product Quality on Purchase Decision of Yamaha Maxi Motorcycles in Pekanbaru City: An Exploratory Study*. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 891–909. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.262>

