

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2), 15–26. <https://doi.org/10.30812/target.v1i1.587>
- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Beat-jadi-penyokong-penjualan-honda-laku-segini-selama-tahun-2020* @otomotifnet.gridoto.com. (n.d.). <https://otomotifnet.gridoto.com/read/232514411/beat-jadi-penyokong-penjualan-honda-laku-segini-selama-tahun-2020>.
- Fandy Tjiptono. (2016). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. F., Supeni, R. E., & Rozi, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat - Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, XV(September), 161–169. <https://doi.org/10.29313/performa.v0i0.4255>
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2008). *Marketing Management*. 15e Global edition. Pearson.
- Maulana, M. I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 513-531.
- Meilis Tarida Br Simanjuntak, B. S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC SUZUKI NEX II INDO SOLO MOTOR JAJAR. *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* Vol 7, No 2 (2020) ; Desember ISSN : 2337-5965 (cetak) P3M STIE AUB Surakarta, 112-133.

- Ni Ketut Pertiwi Satwika & Ni Made Wulandari Kusuma Dewi. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis, E-Jurnal Manajemen Unud. ISSN : 2302-8912 Vol. 7 No. 3
- Prod, P. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V5I2.16521>.
- Serli Apriani, K. B. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MASKARA MAYBELLINE. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 14-25.
- Setiadi, N. (2011) Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1),92–102.<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/8/8>.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.