

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, A. S., Prakash, A., Nigam, A., & Saxena, P. (2013). Sampling : Why and How of it ? *Indian Journal of Medical Specialities*, 4(May 2014), 3–7. <https://doi.org/10.7713/ijms.2013.0032>
- Achidah, N., Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal Of Management*, 2(2).
- Aragao De Carvalho, C., & Boyanovsky, D. (1993). Long-range order of two interacting anyon-gas layers of opposite statistical charge. *Physical Review B*, 47(1), 334–341. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.47.334>
- Azzadina, I., Huda, A. N., & Sianipar, C. P. M. (2012). Understanding Relationship between Personality Types, Marketing-mix Factors, and Purchasing Decisions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(ICIBSoS), 352–357. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.133>
- Cahyasari, A. (2009). Pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian ulang sepeda motor honda. *Skripsi*, 1–95. https://www.google.com/urlsa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi9_6W957_YAhVDu48KHcn3DTA4ChAWCE4wAw&url=https%3A%2F%2Fdigilib.uns.ac.id%2Fdokumen%2Fdownload%2F13511%2FMjgxNzE%3D%2Fpengaruh-fakto
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Junita, S. (2015). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *International Journal of Soil Science*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.3923/ijss.2017.32.38>
- Khasanah, I. (2017). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matik Di Semarang. *Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matik Di Semarang*, 12(2), 115–126. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v12i2.13153>
- Kotler, P. (2012). *Management Marketing* (12th ed.). Erlangga.
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil

LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8.
<https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>

Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>

Perengkuan Valentine, Tumbel Altje, W. R. (2014). Analisis pengaruh brand image dan celebrity endorsment terhadap keputusan pembelian produk shampo Head and Shoulders di 24 mart Manado. *Jurnal Emba*, 2(3), 1792–1802.

Prihatini, R., & Susanto, S. (2015). Pengaruh Motif Hedonis Dan Browsing Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pembelian Online Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(2), 351–375.

Salmah, N. N. A. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1), 1–13.
<https://doi.org/10.31851/JMWE.V12I1.256>

Scarlet, D. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Soebianto, A. (2014). *Branding honda (1)*. 1(1), 14–37.

Subandi, T. (2016). Pengaruh Promosi Word of Mouth Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 1(5), 1–10.

Widya, U., Surabaya, K., & Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11.