

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Penjualan Motor Honda Scoopy, <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/penjualan-motor-honda-scoopy-fi-esp-2016-2018-1518591087>, (Diakses tanggal 18 Mei 2018).
- Arikunto, Suharsimi., 2005, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: RinekaCipta.
- Bendixen, M. 1993. Advertising Effects and Effectiveness. *European Journal of Marketing* Vol.27 : 19-32.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. BPFE, Yogyakarta.
- Fransiska, Pramita. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Kemasan. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F.J., dkk, 2010. *Multi Variate Data Analysis. Seventh Edition. Prentice Hall*
- Han, H., & Ryu, K. 2009. “The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry”. *Journal of hospitality & tourism research*, 33(4), hal 487-510.
- Indriarto, Fidelis, 2006, “Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. No.3, hal 243-268.
- Iryanita, R., & Sugiarto, Y., 2013, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan)”. *Diponegoro Journal Of Management*, 2(2), hal 39-47.
- Janitra, I. M. D. P., & Pramudana, K. A. S., 2016, “Pengaruh Variabel Demografi Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Philips Led Di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, hal 5013-5040.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. AlihBahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas*. Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Martopo, A. S., 2015. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jamu Tolak Angin Pt. Sido Muncul (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)”. *Manajemen*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Oktaviana, A. P. dan Budiadi. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya)”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Purwati, Setiawan, Rohmati. 2012. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Vol. 2 No. 3 Sept 2012.
- Rahmawati, A. dkk, 2012, *Statistika*. Badan Penerbit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Robbins, P. Stephen. (2003). *Perilaku Organisasi. Edisi Sembilan, Jilid 2*. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Saleem, A., dkk (2015). “Product perceived quality and purchase intention with consumer satisfaction”. *Global Journal of Management And Business Research*.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Iazar. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi ketujuh*, penerjemah Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT.Indeks.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi Keempat*, Salemba Empat, Jakarta.
- Situmorang, S. H. (2008). *Analisis Data Penelitian*. Cetakan Kedua. Medan: USU Press.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey, Upper. Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. 2010. ‘ *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D)* Bandung: Alfabeta
- Suharto, Clifen A.A., Tumbel Altje L., Trang Irvan. 2016. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.4 No 3 September 2016, Hal. 19-22.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet :Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Irawan, 2005, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta, Liberti : Yogyakarta.
- Tampi, D., dkk., 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*, 4.1
- Tjahjono, H.K. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. VSM MM UMY.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Cetakan ke-4*. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Widodo, Izra Indora Maulana. (2017). “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario”. *Manajemen*, 1-20.
- Widyastuti, S., & Said, M. (2017). “Consumer Consideration in Purchase Decision of Specs Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception”. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(4), 199-207.
- Yazia, Vivil. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Hanphone* Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang)”, *ECONOMICA*, Vol.2, No.2, hal.165-173.
- Yuanita, Brenda. (2017). “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo”. *Manajemen*. 1-22.