

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariansyah, W. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor di Dealer Honda Sleman Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (16 ed.). Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Naibaho, J. P., Sinaga, S., & Sidharta, J. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Es Krim Wall’s (Studi Kasus Masyarakat di Perumahan Limus Pratama Regency). *Fundamental Management Journal*, 5(2), 54–75. <https://doi.org/10.33541/fjm.v5i2.2235>
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safira, S. R., Sinaga, S., & Lumbantoruan, R. (2023). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs (Studi Kasus Ukom Futsal Universitas Kristen Indonesia). *Fundamental Management Journal*, 8(2), 67–89. <https://doi.org/10.33541/fjm.v8i2.5281>
- Sembiring, C. F., Priskila, E. K., & Mangani, K. S. (2016). Analisis Keputusan Pembelian di Tokopedia yang Dipengaruhi Celebrity Endorser, Brand Image, Kelompok Referensi dan Usia. *Fundamental Management Journal*, 1(3), 11–19. <https://doi.org/10.33541/fjm.v1i03.230>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 362–376.
- Simamora, B. (2019). *Pemasaran Strategik*. (M. M. Brillaning Pratiwi, S.S., Sri Lestari Pujiastuti, S.E., Ed.) (2 ed.). Banten: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Pustaka Baru Pers.

Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (2th ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Yurindera, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP CITRA MEREK SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI MOTOR HONDA BEAT SERIES* (Vol. 25).

