

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker. 2008. *Managemen Ekuitas Merek*, alih bahasa Aris Ananda. Mitra Utama. Jakarta.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228–239. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Amrullah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261–272.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro*. 6(2), 143–154.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro*. 6(2), 143–154.
- Arista, E., & Astuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen.
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2021). *Statistic Distribution*. <https://www.aisi.or.id/>
- Badan Pusat Statistik Bali. (2020). *Statistic Distribution*. <https://bali.bps.go.id/>
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67–79. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Della Maldini, F. M. P., Irfansyah, M., & Pujianti, K. K. (2021). Promotion, Product Quality, and Price on Purchase Decisions on Duldimsum Outlet. *Psychology and Education Journal*, 58(3), 681–689.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://www.hargaindo.com/motor-terlaris-di-indonesia/>(diakses 10 Oktober 2021)

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler., dan G. Amstrong. 2021. *Principle Of Marketing Management*. 13th Ed. Pearson Prentice Hall. New Jersey. Terjemahan A. Sindoro. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59.
- Malau, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Muzhar, A., Santoso, B., & Rusdan. (2018). The Effect of Halal Label on Brand Image and Its Impact on Consumers ' Purchasing Decisions. *The International Journal Of Business & Management*, 6(2), 171–180.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 60–69.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48-56.
- Rommy, A. S. N., Moh, N. B. H. H., & Nur, A. R. Y. N. (2018). Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sunyanto, D. (2012). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. yogyakarta: Andi.
- Utama, M. S. 2016. *Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Denpasar: c.v. sastra utama