

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis: Strategic Market Management* (8th ed.). Salemba Empat.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. AB Publisher.
- Andi, D., & Handoyo. (2023, November 20). *Penjualan Sepeda Motor Honda Tumbuh Sekitar 32% YoY Hingga Oktober 2023*. <https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-sepeda-motor-honda-tumbuh-sekitar-32-yoy-hingga-oktober-2023>.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J.Co Donuts & Coffee Di Resinda Park Mall Karawang Pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 2024–2045.
- Aong. (2023, August 23). *Begini Kondisi Penjualan Motor Matic Honda Setelah Rangka eSAF Dituduh Berkarat dan Keropos*. <https://www.motorplus-online.com/read/253872732/begini-kondisi-penjualan-motor-matic-honda-setelah-rangka-esaf-dituduh-berkarat-dan-keropos?page=2>.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 252–268.
- Aripitstop. (2023, November 10). <https://www.aripitstop.com/2023/11/10/hasil-penjualan-motor-januari-oktober-2023-di-indonesia-honda-kuasai-pasar-78/>. <https://www.aripitstop.com/2023/11/10/hasil-penjualan-motor-januari-oktober-2023-di-indonesia-honda-kuasai-pasar-78/>.
- Atmojo, G. H. (2023). *Analisa Indsutri Sepeda Motor Indonesia*.
- CNN Indonesia. (2023, October 25). *Honda Berikan Garansi Rangka Hingga 5 Tahun*. <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20231025133629-595-1015734/honda-berikan-garansi-rangka-hingga-5-tahun>.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. (2023, September 15). *Wujudkan Kendaraan Bermotor Berkeselamatan, Kemenhub Gandeng KNKT Teliti Rangka eSAF Sepeda Motor Honda*. <https://hubdat.dephub.go.id/id/siaran-pers/wujudkan-kendaraan-bermotor-berkeselamatan-kemenhub-gandeng-knkt-teliti-rangka-esaf-sepeda-motor-honda/>.
- Fadillah, I., Firmansyah, M. A., Hadi, S., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Skin Care Lokal Di Sociolla Store Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 1*, 188–192.

- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://ejournals.umma.ac.id/indeks.php/point>
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308.
- Herdiana, A. F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*.
- Huda, N., & Armel, Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Di Kios Jelita Desa Pambang Baru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(1), 44–50.
- Jemadu, L. (2023, September 12). *KNKT dan Kemenhub Temukan Masalah yang Sebabkan Karat pada Rangka eSAF Honda*. <https://www.suara.com/otomotif/2023/09/15/195635/knkt-dan-kemenhub-temukan-masalah-yang-sebabkan-karat-pada-rangka-esaf-honda>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 45–58.
- Maruapey, W. I., Guslina, I., & Idris, Y. (2022). Perilaku Konsumen Tentang Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk AMDK. *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 3(2), 92–105.
- Marvelyn, C., & Siagian, D. (2020). *Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Dan Brand Trust Yamaha Motor*. 1–20.
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. 755–762.
- Murtianingsih, U., & Roellyanti, M. V. (2022). Pengaruh Brand Loyalty Maskapai Citilink Terhadap Minat Beli DI Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak Kalimantan Barat. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 343–353.

- Navanti, D., Lubis, I., Narpati, B., & Panday, R. (2020). Analyses of Costumer Satisfaction Regarding Apps use, And Service Quality in a Fast Food Operation. *Test Enginering & Management*.
- Noviani, Bulan, T. P. L., & Zati, M. R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Konsumen Shampoo Pantene Di Kota Langsa. *JIM: Manajerial Terapan*, 2(2), 296–301. <https://compas.co.id/article/data-penjualan-shampo/>
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 58–67.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80–91. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10955000>
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 103.
- Sari, N. A., & Arifin, D. (2021). Analisis Dimensi Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Pengguna Simcard IM3 Mahasiswa FEBIS Unikarta). *JEMI*, 21(1), 17–35.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RND*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sumidartini, A. N., Sobari, I. S., & Isnaeni, V. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Maybelline New York (Survei Pada Star Department Store Summarecon Mall Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3, 34–44.
- Suryajaya, I., & Sientatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear IT. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 177–184.
- Tumonggor, K. K. R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Alfamart Braga, Jalan Braga No.66, Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1c), 77–95.