

DAFTAR PUSTAKA

Amron, A. 2019. Effects of Product Quality, Price and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. Archives of Business Research. Vol. 6, No. 4. scholarpublishing.org/index.php/ABR/article/.../4374/2713. Diakses pada 4 Desember 2024.

Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2019). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. Saudi Journal of Business and Management Studies, 2(4), 357-374.

Garib, W. B., Lapian, S. J., & Mananeke, L. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1).

Hasan, A. 2023. Marketing. Cetakan Pertama. Media Pressindo, Yogyakarta.

Koesmono. 2021. Measuring and Interpreting Organizational Culture. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. 2021. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2022. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Erlangga, Jakarta.

Nur, Azmi dan Anggi Pasca Arnu. 2021. Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. FORUM EKONOMI. Vol.23 No.3

Pratama, A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Dealer Agung Motor di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Artikel Ilmiah UN PGRI KEDIRI. Vol. 2, No. 1. simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02.02.0158.pdf.

Pratiwi, D. I. 2020. Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang. Artikel Ilmiah Universitas Diponegoro Semarang. Vol 3, No. 1. <http://eprints.undip.ac.id/23014/>. Diakses pada 5 Desember 2024.

Rares, A., & Jorie, R. J. (2019). The effect of the price, promotion, location, brand image and quality products towards the purchase decision of consumers at Bengkel Gaoel Store Manado Town Square. Jurnal EMBA: Jurnal Riset 67 Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(2).

Saladin, D dan Buchory, H. A. 2020, Manajemen Pemasaran. Linda Karya, Bandung.

Japari, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Pontianak. Jurnal Manajemen Motivasi, 11(1), 542-548.

Soewito, Y. (2023). Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).

Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F. 2019. Pemasaran Strategik. Andi, Yogyakarta.

Wahyuningsih, H. D. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Dealer “Tridjaya Motor” Surakarta. *Journal Speed–Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 8(2), 52-60.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

Hasan, A. 2023. Marketing. Cetakan Pertama. Media Pressindo, Yogyakarta.

Koesmono. 2011. *Measuring and Interpreting Organizational Culture*. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. 2021. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2022. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Erlangga, Jakarta.

Nur, Azmi dan Anggi Pasca Arnu. 2021. Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. *FORUM EKONOMI*. Vol.23 No.3

Pratama, A. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Dealer Agung Motor di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Artikel Ilmiah UN PGRI KEDIRI*. Vol. 2, No. 1. [simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02. 0 2.0158.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02.02.0158.pdf). Diakses pada 14 Desember 2024.

Pratiwi, D. I. 2020. Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang. Artikel Ilmiah Universitas Diponegoro Semarang. Vol 3, No. 1. <http://eprints.undip.ac.id/23014/>. Diakses pada 14 Desember 2024.

Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). The effect of the price, promotion, location, brand image and quality products towards the purchase decision of consumers at Bengkel Gaoel Store Manado Town Square. Jurnal EMBA: Jurnal Riset 6 7 6 8 Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(2).

Saladin, D. dan Buchory, H. A. 2010, Manajemen Pemasaran. Linda Karya, Bandung. Japari, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Pontianak. Jurnal Manajemen Motivasi, 11(1), 542-548.

Soewito, Y. (2023). Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).

Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F. 2019. Pemasaran Strategik. Andi, Yogyakarta.

Wahyuningsih, H. D. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Dealer “Tridjaya Motor” Surakarta. Journal Speed–Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, 8(2), 52-60.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4)

