

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2013. Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa: Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Albari, & Dewi, S. (2016). the Impact of the Quality of Intrinsic and Extrinsic Attributes in Creating Loyalty and Purchase Intention. *Journal of Management and Business*, 15(2), 10–23.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Assegaf. H. (2010). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Percived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Unisula Semarang*, 500-507.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.
- Decition. *Journal Of Marketing Management*. 3, 100-117. Ikhsan, G. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Sport Honda . *Jurnal Manajemen*, 11, 500-5007.
- Dian Laksmi Rachma Ananti, S. R. T. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas <http://digilib.mercubuana.ac.id/> 101 Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. E-Journal Undip, 7(4), 1–10.

Fahdillah, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyaltis Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Vixion. Jurnal Mix, 6,188-205.

Firdananda, W., Djaja, S., & Sukidin. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Dealer Garuda Motor Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Gunawardane, N. R. (2015). Impact of Brand Equity to Words Purchasing

Harahap, D.A., Hurriyati, R., Gaffar, R & Amanah. D. (2017). The Effect of Location and Products Completeness to Consumer Buying Decision of Small and Medium Enterprise Market. GCBME 2017 - 2nd Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship, 30-33. <http://mercubuana.ac.id/> 77

Imaningsih, E. S. (2017). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. Jurnal Ekonomi, 23(2), 260-271

Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa

Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. Ilmiah Manajemen Bisnis.
45-58

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th Global ed).
England: Pearson.

Kotler, Dan Keller, 2009, Marketing Management, Penerjemah Bob Sabran, Edisi
Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2020). DASAR- DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (ketiga).
CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tjiptono, F. (2018). STRATEGI PEMASARAN (4th ed.).

