

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi & Hidayat. (2018, Maret). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda Bear di Kota Bandung tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 04 No. 1, ISSN: 2442-5826, Hal. 20-33. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/5973/5951> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 10.11 WIB).
- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, Vol. 12 No. 01, p-ISSN: 0285-6911 e-ISSN: 2528-1518, Hal. 32-39. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i1.7259> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 10.20 WIB).
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almira & Sutanto. (2018, Juni). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nobl. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 03 No. 02, Hal. 250-259. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/687/603> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022 Pukul 10.30 WIB).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- burhanudin (2017)
- Donald & Kenneth. (2018). *Integrated Adversiting, Promotion, and Marketing Communication*. United Kingdom: Pearson.
- Ekasari & Roza. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 06 No. 03, ISSN: 2252-8636, Hal. 195-207. <https://doi.org/10.22437/jmk.v6i3.4255> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022 Pukul 17.00 WIB).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 No. 01, Hal. 19-32. <https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 09.44 WIB).
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Universitas Muhammdiyah*, ISSN: 2621-1572, Hal.

- 689-705. <https://hdl.handle.net/11617/9995> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Pukul 18.45 WIB).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek, Cetakan Pertama*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- _____ (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fraenkel & Wallen (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education (second ed.)*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Gay, LR & P.L Dhiel (1992). *Research Methods for Business Research Methods*. Boston: Richard D. Irwin, Inc.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginafi & Syahputra. (2017, Oktober). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis dan IPtek, Vol. 10 No. 02, ISSN: 2502-1559*, Hal. 81-94. <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/86/48> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 10.55 WIB).
- Gurnasih, dkk. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity, Vol. 02 No. 01, e-ISSN: 2723-0112*, Hal. 69-72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911> (Diakses pada Hari Kamis Tanggal 10 Maret 2022 Pukul 14.34 WIB).
- Hakim & Saragih (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UB. Barelang Tani Jaya Batam. *Jurnal ECOBISMA, Vol. 06 No. 02, e-ISSN: 2620-3391 p-ISSN: 2477-6092*, Hal. 37-53. <https://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/> (Diakses pada Hari Senin Tanggal 7 November 2022 Pukul 17.15 WIB).
- Harahap, dkk (2022). Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aroma Bakery SM Raja Medan Amplas. *Jurnal Bisnis Mahasiswa, Universitas Muslim Nusantara, Vol. 02 No. 03, ISSN: 2807-2219*, Hal. 351-359 <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/download/87/91> (Diakses pada Hari Rabu 8 Februari 2023 Pukul 11.00 WIB).
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hendrayani, d. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar&Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Herry. (2019). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Grasindo.

- Hidayat & Rayuwanto. (2022, Desember). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 03 No. 02 p-ISSN: 2807-5668 e-ISSN: 2807-3967, Hal. 241-252. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/article/view/292/227> (Diakses pada Hari Senin Tanggal 7 November 2022 Pukul 17.20 WIB).
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/12/10-merek-kendaraan-terbaik-di-indonesia-versi-yougov> (Diakses pada Hari Jumat 30 Desember 2021, Pukul 11.33 WIB).
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/ini-merek-sepeda-motor-matic-terpopuler-di-diindonesia-versi-top-brand-award-2022> (Diakses pada Hari Jumat 30 Desember 2021, Pukul 11.33 WIB).
- <https://jabar.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html> (Diakses pada Hari Senin, 14 Maret 2022, Pukul 10.15 WIB).
- <https://tretono.katadata.co.id/motor/harga-skutik-murah-oktober-2022-honda-scoopy-tak-masuk-hitungan-3290> (Diakses pada Hari Jumat 30 Desember 2022, Pukul 15.40 WIB).
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT. Hecca Mitra Utama.
- Kotler & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- _____. Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lestari & Ekowati. (2020, Juli). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, vol. 01 no. 01, e-ISSN 2723-424X, Hal. 137-145. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2672982&val=24603&title=PENGARUH%20CITRA%20MEREK%20DESAIN%20PRODUK%20DAN%20HARGA%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20SEPEDA%20MOTOR%20HONDA%20BEAT> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 08.55 WIB).
- Lupiko & Waloejo. (2018, Maret). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 07 No. 01, p-ISSN: 2252-3294 e-ISSN: 2548-4923, Hal. 38-44. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22608> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 18.59 WIB).
- Miati, I. (2020, Maret). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, Vol. 01 No. 02, ISSN: 2686-1577, 71-83.

<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795> (Diakses pada Hari Rabu Tanggal 9 Maret 2022 Pukul 15.45 WIB).

- Morrison, M. A. (2017). *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.
- Mulyono, S. (2021). *Etika Bisnis Islam*. Lombok Nusa Tenggara Barat: CV. Alliv Renteng Mandiri.
- Pamelia & Sudarwanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi Pada Warga Perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 10 No. 01, e-ISSN: 2723-3901 p-ISSN: 2337-6078, Hal. 1554-1563.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/42763> (Diakses pada Hari Sabtu 12 Maret 2022 Pukul 13.55 WIB).
- Pauzy & Wibawa. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kelom Sheny di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 03 No. 02, e-ISSN:2776-2483 p-ISSN: 2723-1941, Hal. 744-748. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i2.2880> (Diakses pada Hari Jumat 11 Maret 2022 Pukul 18.26 WIB).
- Pramata & Maskan. (2021, Juli). Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Jombang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 07 No. 01, ISSN:2407-3741, Hal. 293296. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/544/pdf> (Diakses pada Hari Kamis Tanggal 10 Maret 2022 Pukul 14.00 WIB).
- Pranatalion, dkk. (2016). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol.02 No. 02. <https://doi.org/10.30996/jdab.v2i2.2149> (Diakses pada Hari Kamis Tanggal 10 Maret 2022 Pukul 13.47 WIB).
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Purwanti, dkk. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, p-ISSN: 2356-2005 e-ISSN: 2598-4950, Hal. 24-31. <http://dx.doi.org/10.32493/Inovasi.v7i1.p24-31.5442> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022 Pukul 07.50 WIB).
- Rahayu & Putri. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Surabaya. Hal. 1-12. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/2459> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 16.45 WIB).

- Rasyid & Indah. (2018, Maret). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, Vol. 106 No. 01, p-ISSN: 1411-8637 e-ISSN: 2550-1178, Hal. 39-49. <https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.3031> (Diakses pada Hari Kamis Tanggal 10 Maret 2022 Pukul 15.55 WIB).
- Rochaety, dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Romdonah, dkk (2015). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih. *Jurnal Manajemen Unpand*, Vol. 01 No. 01, Hal. 1-7. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/311/307> (Diakses pada Hari Rabu Tanggal 8 Februari 2023 Pukul 10.00 WIB).
- Saputri & Utomo. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Surakarta. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, Vol. 08 No. 01, ISSN:1979-2700, Hal. 92-103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 16.45 WIB).
- Sari & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, Vol. 05 No. 03 p-ISSN: 2541-5255 e-ISSN: 2621-5306, Hal. 1171-1184. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022 Pukul 17.20 WIB).
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sawiani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online, Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka.
- Sobur, B. (2017). Analisis Pengaruh Harga, *Brand Image* dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus Pada Konsumen Handphone di Kota Bogor). *Universitas Djuanda*, 1-88.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudarijati, dkk. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi SN4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, Vol. 06 No. 02, ISSN: 9-772442-417333 e-ISSN: 2550-0694, Hal. 52-63. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3503> (Diakses pada Hari Jumat Tanggal 11 Maret 2022 Pukul 16.01 WIB).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodolgi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- _____. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Susanti, A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel di UD. SKR Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Universitas Panca Marga*, Hal. 8-17. <https://repositry.upm.ac.id/id/eprint/2665> (Diakses pada Hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022 Pukul 15.46 WIB).
- Susanto. (2015). *Manajemen Strategik Komrehensib*. Erlangga.
- Suseno. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*.
- Tjiptono & Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Widodo. (2019). *Metodologi Penelitian Populer&Praktis*. Depok: Rajawali Pers.
- Wijaya, dkk. (2021). Gaya Hidup, Inovasi Produk, Harga dan Citra Merek: Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Imliah Manajemen*, Vol. 09 No. 03, e-ISSN: 2580-3743, Hal. 244-252. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i3.1306> (Diakses pada Hari Rabu Tanggal 9 Maret 2022 Pukul 19.22 WIB).
- Yulianingsih. (2018, Desember). Hubungan Antara Kualitas Produk dan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Pada PT. Hyundai Mobil Indonesia Cabang Serpong - Tangerang. *Jurnal Visionida*, Vol. 04 No. 02 e-ISSN: 2550-0694 p-ISSN: 9-772442-417333, Hal. 23-37. <https://doi.org/10.30997/jvs.v4i2.1570> (Diakses pada Hari Senin 7 November Pukul 14.57 WIB).
- Yulianingsih, dkk (2020). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Persepsi Harga Pada PT. Humpuss Trading Jakarta. *Jurnal Manajemen*, Vol. 09 No. 01 e-ISSN: 2623-050X p-ISSN: 1978-6387, Hal. 8-16 <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index> (Diakses pada Hari Senin 6 Maret Pukul 17.30 WIB).

