

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, R., Marheni, T., & Saputri, E. (2019). *PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA NMAX DI KOTA BANDUNG THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON PURCHASE DECISIONS OF YAMAHA NMAX IN BANDUNG CITY*. 6(2), 4233–4241.
- Amelisa, Yonaldi, M. (2016). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang*. 7.
- Ansofino. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- Anwer, D., Çalicioğlu, C., & Ibrahim, R. (2014). *The relationship between viral marketing and consumer purchase intention , the moderator role of brand image and age : Evidence from smartphone users in North Cyprus*. 10(2020), 1307–1320. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.027>
- Ayu, I. G., Mastuti, M., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). *PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA DEALER PT. MERTHA BUANA MOTOR DI SINGARAJA Fakultas Ekonomi*. 11(2).
- Biel, Aaker, David, A, Alexander, L. (2013). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*.
- Daniel Tampi, Agus Supandi Soegoto, J. S. B. S. (2016). *KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY*. 4(1), 990–999.
- Ervin Lukman, Hartono, H. B. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Helm Merek Ink (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang)*. 2(1), 148–161.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1), 176–188.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. BPFE UNDIP.

- Hermanto. (2018). *Pengaruh persaingan dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada cv. greentech belilas kabupaten indragiri hulu hermanto. VII(02), 54–63.*
- Hien, N. N., Phuong, N. N., Tran, T. Van, & Thang, L. D. (2012). *The effect of country-of-origin image on purchase intention : The mediating role of brand image and brand evaluation. 10(2020), 1205–1212.*
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.038>
- Juliana, K. E., Luh, N., Sayang, W., Putu, G., & Jana, A. (2015). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT. 5(1), 1–8.*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip pemasaran.* Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. . (2014). *manajemen Pemasaran.* Erlangga.
- Kotler philip, dkk. (2014). *Manajemen Pemasaran.*
- Leksono, R. B. (2017). *IMAGE YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI BERBASIS ONLINE. 2(3), 381–390.*
- Margery, E., Suryani, W., Manajemen, P. S., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2019). *Pengaruh iklan dan harga terhadap keputusan pembelian moda transportasi sepeda motor merek yamaha di kota medan. 31(1).*
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen. 5(2019), 45–52.*
- Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. XVI(1).*
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika.* Alfabeta.
- Roni Irawan, Nawangsih, R. B. S. (2019). *E-ISSN : XXXXXXXX , P-ISSN : XXXXXXXX Available online at : Jurnal Riset Manajemen E-ISSN : XXXXXXXX , P-ISSN : XXXXXXXX Available online at : Jurnal Riset*

Manajemen Volume 2 Number 1 , Maret 2019 | 122. 2(1), 121–129.

- Shalahuddin, sukamto dan. (2014). *Rekayasa Perangkat Lunak Tersruktur dan berorientasi objek*. informatika.
- Siti Suryani, S. S. R. (2019). *Pengaruh brand image , brand trust , dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating*. 04(1), 41–53.
- Soepono, D. (2019). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT . TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUTOR UTAMA TELKOMSEL DI MANADO EFFECT OF AMBASSADOR BRAND AND BRAND IMAGE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS PT . TELESINDO SHOP AS TELKOMSEL ' S M*. 7(4).
- Sudaryono. (2017). *Metologi Penelitian*. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (alfabeta (ed.)).
- Sugiyono. (2016b). *metode penelitian kuantitatif, kuantitatif*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.
- Supardi. (2015). *Penilaian Autentik*. Raja Grafindo Persada.
- Surachman. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian*.
- Utama, D. C., & Raharjo, A. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 3(7), 767–779.
- Yudiaatmanja, F. (2013). *Kepemimpinan: konsep, teori dan krakturnya*. media komunikasi.