

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., M.Pd, & Tantri, S. E., M.M. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Budiwati, h. (2012). "Implementasi *Marketing Mix* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang." *jurnal wiga*2(2):1-16. Diperoleh pada 12 November 2018, dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=hesti+budiwati&oq=hesti+budiw
- Chamdani, U. (2018). *Digital marketing Melalui Informasi Pesan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Desyani, E., Wahyuningsih, & Ponirin. (2016). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Motor Merek Yamaha Nmax Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3), 229-240.
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran* Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ferdinand, Agusti. 2006. *Metode penelitian manajemen*. CV. Indoprint: Semarang.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen pemasaran*. CV YRAMA WIDYA: Bandung.
- <http://tmcblog.com/2018/05/23/ninja-250-terpuruk-namun-tetap-menguasai-data-aisi-sport-fairing-250-cc-sampai-april-2018/>.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ciracas, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Ciracas, Jakarta: Erlangga.
- Kodu, S. (2013). "Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza." *Jurnal EMBA*1(3): 1-9. Diperoleh dari 12 November 2018, dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=sarini+lodu&btnG

- Kuncoro Mudrajad, 2007. *Metode kuantitatif*. Unit penerbit dan percetakan (UPP) STIM KYPN: Yogyakarta.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0*. Bandung ALFABETA, cv.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Ilman*, 5(1), 15-24.
- Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S. B., & Ogi, I. W. J. Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 6 (4), 3713 – 3722.
- Mongi, Lidya, Dkk. (2013). “Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Dikota Manado.” *Jurnalemba* 1(4): 1-11. Diperoleh dari 28 Desember 2018, dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Lydia+mongi&btnG
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Wonokromo Pleret Bantul: AZYAN MITRA MEDIA.
- Randang, W. (2013). Kualitas Produk, Atribut Produk Dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak GORENG. *EMBA*, 1(3), 701-709.
- Soegoto, A. S., Sari, R. L., & Mandey, S. L. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *EMBA*, 2(2), 1222-1232.
- Surachman.SA, 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Bayu Media Utama: Malang.
- Shimp, Terence. 2003. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Salemba Empat: Jakarta Selatan.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Soegoto, A. S., & Emor, R. Y. S. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *EMBA*, 3(2), 738-748.
- Siregar, S. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual SPSS. Edisi Pertama*, Jakarta: PRENNADAMEDIA GROUP.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Sunyoto. D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Triton PB. 2008. *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan daya Saing*. TUGU: Jakarta.
- Umar, H. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Wijaya, H. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Jurnal InTent*, 1(1), 90-99.
- Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Riodi Kota Manado. *EMBA*, 2(3), 1715-1725.
- www.katadata.co.id