

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. (2009). *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Mitra Wacana Media.
- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23–37.
- AISI. (2022). *Sepeda Motor Kategori Scooter Masih Merajai Pasar Indonesia*. [Online]. Didapatkan: AISI. <https://www.aisi.or.id/sepeda-motor-kategori-scooter-masih-merajai-pasar-indonesia/>[06 Juni 2023]
- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Cristiana, I. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Perdana Publishing.
- Assauri, S. (1993). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta. (2021). *Transportasi Dalam Angka 2021*. Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Fajri, R. D. (2019). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs di Kota Padang*. STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayat, G., Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(11), 137–153.
- Ishak, R. P. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Wargi Bogor. *Tourism Scientific Journal*, 7(2), 187–199.
- Isman, I., & Laksana, J. (2021). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha Finokecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo). *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran; Jilid 1*. Erlangga.
- Lembang, R. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi SI Reguler II Universitas Diponegoro)*. Universitas Diponegoro.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1–11.
- Mursid, M. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Muttaqin, H. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMAX Pada Masyarakat Di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Prasetyadi, K. O. (2023). *Honda Kuasai Pasar, Penjualan Sepeda Motor Diprediksi Terus Meningkat*. [Online]. Didapatkan: Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/04/24/honda-kuasai-pasar-penjualan-sepeda-motor-diprediksi-terus-meningkat> [06 Juni 2023]
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 108–122.
- Saragih, D. R. U., Talumantak, R., & Zahra, N. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Mal Kota Kasablanka. *Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhairi, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Honda Autobest Bandung. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2539–2548.
- Sumilat, S. M. D., Lapian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541–550.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Usmiar, U. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Desain Terhadap Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat (Studi Kasus: Pegawai Negeri

- Sipil Di Muara Labuh, Solok Selatan, Sumatera Barat). *Menara Ilmu*, 13(10), 81–86.
- Wibowo, W. A., & Herwangi, Y. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemilihan Moda Transportasi Berjalan Kaki dan Sepeda di Kota Bogor. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(6), 965–976.
- Wicaksono, P. (2023). *Ini 5 Motor Honda Favorit Warga Yogyakarta Sepanjang 2022*. [Online]. Didapatkan: Tempo.Co. <https://otomotif.tempo.co/read/1676954/ini-5-motor-honda-favorit-warga-yogyakarta-sepanjang-2022> [06 Juni 2023]
- Widiastuti, I. E., Suparmono, S., & Barmawi, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawansa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 115–125.