

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.14738/abr.64.4374>
- Arjuna, H., Bisnis, S. I.-E. J. E. dan, & 2020, U. (2020). Effect of Brand Image, Price, and Quality of Product on The Smartphone Purchase Decision. *EkBis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294–305. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2019.3.2.1190>
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition)* (7 ed.). Melbourne: Pearson Australia.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferlindungan, D. (2021). Pengguna Honda Brio: Cocok Untuk Penggunaan Perkotaan dan Harian. Diambil 18 Januari 2022, dari <https://www.otoloka.id/review/pengguna-honda-brio-cocok-untuk-penggunaan-perkotaan-dan-harian-206514>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hutagalung, C. D. H., Yuliniar, Y., & Nastiti, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Carry Di Provinsi Jawa Barat Saat Pandemi Covid-19. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1660–1674. Diambil dari <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1135>
- Imaningsih, E. S. (2018). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 260–271. <https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>

- Kiryanto, R. (2021). Kinerja Sektor Otomotif di Masa Pandemi. Diambil 29 September 2021, dari <https://insight.kontan.co.id/news/kinerja-sektor-otomotif-di-masa-pandemi>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15. ed). Harlow: Pearson Education.
- Krahara, Y. D., & Mulyowahyudi, A. (2021). Factors Affecting Consumer Behavior In Buying Decision Of Suzuki Ertiga Car In Cilegon City, Banten. *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(4), 656–669. <https://doi.org/10.31933/DIJMS.V2I4.816>
- Kurniawan. (2014). *Total Marketing Pemasaran*. Yogyakarta: Badan penerbit Kobis.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, & Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis)* (Edisi 3). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.146>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Quddus, H. (2021). Pengaruh Desain, Kualitas, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya.
- Rangkuti, F. (2011). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruliansyah, F., & Sampurna, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat).
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

- Setiawan, S. (2020). *Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3. Tutorial* (3 ed.). PPNI Qatar.
- Shofwan, T., Lina, A., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 362–376. Diambil dari <https://adoc.tips/pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-citra-merek-terhadap-kepu.html>
- Sibarani, W. (2020). Hasil Survei : Honda Brio Jadi Favorit Generasi Z. Diambil 20 Desember 2021, dari <https://otomotif.sindonews.com/read/254480/120/hasil-survei-honda-brio-jadi-favorit-generasi-z-1606939967>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Statistik, B. P. (2020). Badan Pusat Statistik. Diambil 18 Januari 2022, dari <https://www.bps.go.id/indicator/40/461/1/pengeluaran-per-kapita-yang-disesuaikan-menurut-jenis-kelamin.html>
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lent.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran (Esensi & Aplikasi)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wicaksono, A. A., & Masharionon. (2018). Pengaruh brand awareness, brand image , harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil wuling. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(7), 5–6.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Service Marketing* (3rd ed.). Harlow: Pearson Education.