

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Ahn, J., & Back, K. (2018). International Journal of Hospitality Management antecedents and consequences of customer brand engagement in integrated resorts. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.020>
- Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 40–49.
- Bagida. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo. *Jurnal Productivity*, 2(2), 146–151.
- César, J., Vacas-de-carvalho, L., Azar, SL, Raquel, A., & Pires, B. (2018). Brand gender and consumer- based brand equity on Facebook: The mediating role of consumer-brand engagement and brand love. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.016>
- Chantamas, M. (2017). Study of Brand Love as Consequence of Virtual Brand Community Engagement. *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, 25(1), 120–124.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176–188.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SMartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen npk mutiara di ud. barelang tani jaya batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Makens, J. C., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2018). *Marketing for*

hospitality and tourism. Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P., & Amstrong. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Excellent*, 8(1), 104–115. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.912>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbuck di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Nisawaty, S., Arisman, A., & Rahwana, K. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pengguna sepeda motor Honda Beat di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 296–302.
- Nurmawati. (2022). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. MNC Publishing.
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (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 (JPTN)*, 10(1), 1554–1563.
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3).
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150–160.
- Prayosa, H., & Suwitho, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Beat Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(1).
- Putra, M. C. S. D., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1674–1700.
- Rianto, S., & Andrean, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat: Array. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban*, 3(1), 44–48.
- Sallam, M. A. (2019). The Effects Of Satisfaction And Brand Identification On Brand Love And Brand Equity Outcome: The Role Of Brand Loyalty. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(9), 42–55.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.