

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, H.B., Lopian, S.L.H.V.J. dan Mekel, P.A. (2014). *Atribut produk dan bauran promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio*. Jurnal ISSN, Volume 2, Nomer 1, hlm. 254-263.
- Arman, A. (2015). *Analisis bauran promosi terhadap keputusan konsumen membeli sepeda motor merek Yamaha pada CV. Sinar Utama cabang Antasari di Samarinda*. Jurnal Ilmu administrasi bisnis, Volume 3, Nomer 3, hlm. 625-637.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Familmaleki, M., Aghighi, A. dan Hamidi, K. (2015). *Analyzing the influence of sales promotion on customer purchasing behavior*. Jurnal ISSN, Volume 4, Issue 4, hlm. 1-6
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ginting, N.F.H. (2011) *Manajemen pemasaran*, Bandung : CV Yrama Widya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kaeng, A.M., Mananeke, L. dan Lumanawu, B. (2014). *Bauran promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT. Hasjrat abadi*. Jurnal EMBA, Volume 2, Nomer 3, hlm 1077-1088.
- Kuncoro, D.B., Wibowo, E. dan Utami, S.S. (2016). *Analisis pengaruh word of mouth, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa bengkel sepeda motor Cahya rizki motor*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Volume 16, hlm 143-149.
- Laksana, F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*, Jawa barat : Khalifah mediate, ma/
- Lontoh, M.N., (2014). *Analisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT. Hasjrat abadi Manado cabang Tendean*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 10, Nomer 01, hlm 515-525.

- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta : PT Grasindo
- Oentoro, D., (2012), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Oladepo, O.i., dan Abombola, O.S. (2015). *The influence of brand image and promotional mix on customer buying decision*, British Jurnal Of Marketing Studies, Volume 3,Nomer 4,hlm 97.-109
- Siregar, S. (2010), *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Sofyan, S. (2017). *Pengaruh periklanan, sales promotion, personal selling dan publicity terhadap keputusan pembelian produk aksesoris mobil*, Jurnal Smart, Volume 1,Nomor 3,hlm 48-52.
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : Alfabeta.

