

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, R. N. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX 150*. <https://repository.widyatama.ac.id/bitstreams/068dc2a5-d112-4ec0-9a69-3673ad9cf1d4/download>
- Arifin, F., Kamal, B., & Sulistyowati, D. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal*. [eprints.poltektegal.ac.id/id/eprint/519](https://eprints.poltektegal.ac.id/id/eprint/519)
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 553–564. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>
- BPS Indonesia. (2024). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022*. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/Nzg2IzI=/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan-unit-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Efendi, B., & Taufik, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Layanan Purna Jual Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda PCX Di Kabupaten Wonosobo (Studi: Pada Kompo Motor Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(4).
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Buku Bauran Pemasaran*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GridOto. (2023). *Jangan Kaget, Segini Total Penjualan Motor di Indonesia Sepanjang 2023*. [https://www.gridoto.com/read/223939335/jangan-kaget-segini-total-penjualan-motor-di-indonesia-sepanjang-2023#google\\_vignette](https://www.gridoto.com/read/223939335/jangan-kaget-segini-total-penjualan-motor-di-indonesia-sepanjang-2023#google_vignette)
- Hair, J. F., Black, William C, Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.

- Hanolulu. (2012). *Global Conference On Business and Finance Proceedings*. The Institute for Business and Finance Research.
- Harahap, N. A. P., Al Qadri, F., Harahap, D. I. Y., Situmorang, M., & Wulandari, S. (2023). Analisis Perkembangan Industri Manufaktur Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1444–1450. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2918>
- Harsandi, D. F. K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda PCX di Kabupaten Kebumen. *Universitas Putra Bangsa*.
- Haryanto. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX 150 Di Yogyakarta. *UPN Veteran Yogyakarta*. <http://eprints.upnyk.ac.id/id/eprint/22072>
- Herlin, F., Deka, ;, Ratih, V. ;, & Rika Neldawaty, R. ; (2022). Determinan pertumbuhan laba industri otomotif di Indonesia (studi empiris pada PT. Astra Internasional Tbk.). In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 17, Issue 1).
- Irfan. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PCX Merek Honda Pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/72709>
- Jufridar, & Saifuddin. (2023). Integrasi Sistem Transportasi Sebagai Daya Dukung Pertumbuhan Ekonomi di Aceh. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 9, 83–91. <https://doi.org/10.29103/jsds.v9i1.10377>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing Nineteenth Edition* (9th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing, 19th Edition* (19th ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow: Pearson Education.

- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kubang Tengkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *JUNI*, 4(2), 375–386.
- Maryam, D. T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda PCX pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang*. <https://doi.org/repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/26756>
- Mulyani, S. R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putra, H. L., & Lusia, A. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di Kota Klaten*. 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.59061/masip.v1i2.213>
- Putu, V. T., & Ni, N. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v3i2.29250>
- Ratnaningsih, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada PT. Nusantara Sakti Keposan Kebumen). *Universitas Putra Bangsa*. <http://eprints.universitaspuprabangsa.ac.id/id/eprint/1140>
- Ridhahani, M. P. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar bagi mahasiswa dan peneliti pemula*. Pascasarjana. Universitas Islam Negeri Antasari. Banjarmasin.
- Rukmayanti, & Fitriana. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM INDONESIA. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Sandi, F. (2023). *Penyebab Rangka eSAF Berkarat Terungkap, Ini Respons Honda*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230919120624-4-473655/penyebab-rangka-esaf-berkarat-terungkap-ini-respons-honda>

- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. (2022). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. In 2022. CV. Angkasa Pelangi.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Yunita, P., & Ulfah, M. (2021). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. CV. Media Sains Indonesia.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior; Buying, Having, and Being* (13th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryantari, N. L. P., & Respati, N. N. R. (2022). *Pengaruh Brand Image Dalam Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian*.
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset .
- Top Brand. (2023). *Komparasi Brand Index*. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=8&id\\_subkategori=262](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=8&id_subkategori=262)
- Yenson, F., Sanjaya, T., & Wong, F. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT Capella Dinamik Nusantara*.