

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific: Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), 247-258.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(3), 252-268.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asih, S. Y. (2023). *Pengaruh Healthy Lifestyle, Product Quality, Product Variation, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda United (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa)*.
- Chakraborty, S., & Sheppard, L. (2017). An Explanatory study on Indian Young Consumers ' Luxury Consumption : The Underlying Relationship of Interpersonal Influence , Brand Image , Brand Consciousness and Demographic Compone ... An Explanatory study o n Indian Young Consumers ' Luxury Consumpti. *International Journal of Current Engineering 1562 and Technology*, 6(September), 622–634.
- Dewi, T. P., & Rafida, V. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MOTOR Matic HONDA SCOOPY PRESTIGE PADA MAHASISWA FEB UNESA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 115-124.
- Fadhila, F., Munte, S., & Polewangi, Y. D. (2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin & Industri (JITMI)*, 1(1), 53-68.

- Farida, N., & Saidah, S. (2018). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian sambal indofood di supermarket Sarikat Jaya Gresik.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11.
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2132), 235–238.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh desain produk, pengetahuan produk, dan kesadaran merek terhadap minat beli produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Komar, K. (2023). PENGARUH HEALTH CONSCIOUSNESS, PRODUCT KNOWLEDGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran (12 Jilid 1)*. Jakarta:PT Indeks.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Amstrong. J. S. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kulsumaningtyas, S., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Brand Image, Product Knowledge, dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream: Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), 268-277.
- Laraswanti, N. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Lazuardi, M. I., & Kaihatu, T. S. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Product Knowledge Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Butuhbaju.
- Meylano, N. H., Respati, H., & Firdiansjah, A. (2020). The Effect of Confidence through Emotional Branding Honda Motorcycle Customer Satisfaction: A Case Study of Maumere, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(02), 113–118.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bumi anugerah. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- 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.
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361-374.
- Rahayu, B., Muzajjad, A., & Aslichah, A. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PRODUCT VARIATIONS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AYU CITRA STORE JOMBANG. *JURNAL ECONOMINA*, 1(1), 74-83.

- Rendy, R. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Pada Konsumen di Kota Palembang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4).
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1-11.
- Rosemery, F., Oba, S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Marketing Mix Dan Faktor 1563 Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 337–6078.
- Schiffman, Leon, L., dan Kanuk L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. PT. INDEKS, Jakarta.
- Setiadi, J Nugroho. 2003. *Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Solihin, M. S. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pcx (Studi Kasus Di Sinar Rejeki Lembang) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)*.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata: (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi R&D)*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

- Sutrasmawati, R.E. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Sutriani, N. K. M., Suartina, I. W., & Premayani, N. W. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(4), 1369-1379.
- Tjiptono, Fandy. (2016) *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta
- Trisno, S. D., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada CV. Anugerah Mulia Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh variasi produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen dalam membeli motor yamaha n-max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Wijayanto, D. B., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Product Quality, Product Design, dan Celebrity Endorsment terhadap Purchase Decision Motor Matic Honda Vario 150cc di Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2071-2080.
- Wijayasari, N., & Mahfudz, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2).
- Yudhanto, Y. (2018). *Information technology Business Start-Up ilmu dasar merintis start-up berbasis teknologi informasi untuk pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.