

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., et al. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 123-134.
- AISI. (2023). Sepeda Motor Kategori Scooter Masih Merajai Pasar Indonesia. <https://www.aisi.or.id>
- Amalia, S., & Nasution, M. O. A. (2017). Pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660-669.
- Antara News. (2023). Survei sebut citra merek jadi pertimbangan membeli sepeda motor. Diakses dari <https://www.antaranews.com>
- Azmy, A. (2020). *The effect of brand image and perception of products on the purchase decisions of matic motorcycle in East Belitung* (Skripsi, Universitas Diponegoro).
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024). Jumlah Penduduk Kota Semarang Tahun 2023. <https://semarangkota.bps.go.id/id>
- Bloch, P. H., Brunel, F. F., & Arnold, T. J. (2003). Individual differences in the centrality of visual product aesthetics: Concept and measurement. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 551-565.
- CNN Indonesia. (2023). Jumlah kendaraan Januari 2023: Lebih setengah populasi warga Indonesia. *CNN Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com>
- Databoks.co.id. (2022). Ini 10 wilayah paling padat penduduk di Indonesia. *Databoks*. Diakses dari <https://www.databoks.co.id/2022/xx/xx/ini-10-wilayah-paling-padat-penduduk-di-indonesia>
- Deatami, D., & Khasanah, N. (2019). Strategi desain produk untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Desain Produk*, 10(2), 45-56.
- DetikOto. (2023). Kilas balik sejarah Piaggio-Vespa, ternyata dulunya produsen pesawat tempur. Diakses dari <https://oto.detik.com>
- Firmansyah, A. (2018). *Strategi branding: Membangun citra merek yang kuat dan kredibel*. Penerbit Ilmu Pemasaran.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (Edisi ke 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2002). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada (BPFE-Yogyakarta).
- Harsanto, B. (2013). *Desain produk: Strategi untuk memenangkan persaingan pasar*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Kreatif.
- Khoirunnisah, D. (2022). *Pengaruh kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap pembelian Vespa di Sidoarjo* (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Kompas.com. (2021). Melihat sejarah Vespa di Indonesia sejak tahun 1950-an. *Kompas*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-11). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: PT. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (Edisi ke-14). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Jilid I, Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Prinsip pemasaran* (Edisi ke-12, Jilid I & II). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Edisi ke-15). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13).
- Kurniawan, A., Pratama, R., & Setiawan, B. (2018). Keuntungan citra merek: Analisis dan implikasi untuk pengembangan produk dan ekspansi pasar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 123-135.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana Prenada Media Group.

- Nayazri, G. M. (2015). *Nih, ciri-ciri konsumen Vespa Piaggio*. Kompas.com. <https://bola.kompas.com/read/2015/05/13/141940730/.Nih.Ciri-Ciri.Konsumen.Vespa.Piaggio>
- OTO. (2023). Motor scooter di Indonesia. Diakses dari <https://www.oto.com>
- Putra, F. P., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *The influence of product quality, product design, and brand image on purchase decision of Honda Beat motorcycle dealer West Jakarta* (Skripsi, Universitas Nasional Jakarta).
- Sari, Y. (2021). *Pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku konsumen* (Edisi ke-7). Jakarta: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behaviour* (Edisi ke-10). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Stompff, G. (2010). *Design thinking: Exploring the use of design in business*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutriani, N. K. M. (2021). *Pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Kota Badung* (Skripsi, Universitas Hindu Indonesia).
- Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh citra merek dan periklanan terhadap keputusan pembelian polis asuransi Ridho. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2).
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2018). *Product design and development*. In *Handbook of Research on New Product Development* (pp. 171-172).

- Verina, V., et al. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada toko fashion di jejaring sosial Facebook. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1, 1-10.
- Vespa.co.id. (2022). Terus perluas pasar menjanjikan di Jawa Tengah, PT Piaggio Indonesia membuka sekaligus dua dealer premium Motoplex dan mengakhiri tahun 2022 dengan kehadiran total 51 dealer premium. *Vespa*. Diakses dari <https://www.vespa.co.id/2022/xx/xx/terus-perluas-pasar-menjanjikan-di-jawa-tengah-pt-piaggio-indonesia-membuka-sekaligus-dua-dealer-premium-motoplex-dan-mengakhiri-tahun-2022-dengan-kehadiran-total-51-dealer-premium>
- Wang, Y.-H., & Tsai, C.-F. (2014). The relationship between brand image and purchase intention: Evidence from award-winning mutual fund. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 27-40.
- Wulandari, T., & Iskandar, H. (2018). Indikator brand image dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran Modern*, 10(1), 45-58.