

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faozi, Ikhsan. 2019. Analisa Keputusan Pembelian yang Dipengaruhi Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan pada PT Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 26(47) 2019.
- Fatoni, Siti Nur. 2019. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, Cet. Ke-1, Bandung: Pustaka Setia.
- Ghozali, Imam, 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip, Semarang.
- Gilarso. 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Gumanti, Dessyta. 2017. *Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi, dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi Guru SD, SMP, DAN SMA Di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok*. *Economica*, 6(1).
- Habir, Hastuti, Zakiyah Zahara dan Farid. 2018. Pengaruh Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 4(3) 2018.
- Hasan, Ali. 2019. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Hawa, Sarah Dien, Sugeng Rianto dan Muhammad Saumi Andrean Nofa. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Daya Tarik Iklan dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian pada Honda *Beat Motorized Vehicle*. *Digital Financial Accounting Management Economics Journal* 2(1).
- Juliani, Efni Cerya. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *EcoGen Volume 1, Nomor 4, Desember 2018*.
- Khasali, Rhenald. 2018. *Marketing Public Relation*. Jakarta: PT. Temprint.

- Kountur, Ronny. 2017. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PPM.
- Kumbara, Vicky Brama. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5) Mei 2021.
- Mandak, Trifenna Erika, Tinneke M. Tumbel dan Joanne V. Mangindaan. 2021. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado. *Productivity*, Vol. 2 No. 3, 2021.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. 2019. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Refika Aditama.
- Mankiw, N. 2018. *Principles of Economic*, 8th ed. Boston: Cengage Learning.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2017. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Nopirin, 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, Yogyakarta: BPFE.
- Permatasari, Berlintina. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Technobiz* 3(6), 2019.
- Purnama, C.M. Lingga. 2019. *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Richadinata, Kadek Riyan Putra dan Ni Luh Putu Surya Astitiani. 2021. Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No. 2, 2021.
- Riduwan, 2017. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, dkk. 2017. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rozalinda, 2019. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Ruliansyah, Fauzi. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia – Tahun 2020*.
- Sakinah, Nur dan Fani Firmansyah. 2021. Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 22 No. 2, Oktober 2021*.
- Saputra, Randi. 2018. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung). *JOM FISIP Vol. 5 No. 1 – April 2018*.
- Sari, Suci Arum. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Selera, Harga, Gaya Hidup, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax di Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2019. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.
- Soeharno, 2019. *Teori Mikro Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sukardi. 2018. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, Ujang. 2019. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Suprpto, Rifqi dan Zaky Wahyuddin Azizi. 2020. Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen) Vol 3 No 2 2020*.
- Suryani, Tatik. 2018. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2017, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta: Liberty.
- Syaleh, Hariman. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha

pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Business and Accounting (Costing)*1(1) 2017.

Ummah, S. S. A., & Yasin, A. (2021). *The Relationship Of Minimum Wage, Investment, GDRP, And Technology Index On Indonesian Labor Absorption. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 6(1).

Tannia, Putu Vivin dan Ni Nyoman Yulianthini. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3(2).

Verdiyanata, Jimmi Febri. 2022. Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kesadaran Merek. *The 3rd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2022)*.

Widyatama, Rendra. 2017. *Pengantar Periklanan*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

