

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (4th ed.). Alfabeta.
- Diba, A., & Mubarak, H. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Politeknik LP3I Medan)*. 1(1), 8–14.
- Farizal, N. (2017). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT Graha Yamaha di Padangsidimpuan* (Issue 23). Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Kertajaya, H. (2007). *Marketing Mix*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. PT Prenhalindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.146>
- Mandey, S. L., & Loindong, S. S. R. (2018). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Pt. Hasjrat Abadi Malalayang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2038–2047. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20933>
- Petter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.).

Salemba Empat.

- Putri, S. E. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional mix) pada Matahari Department Store Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.45-54>
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Erlangga.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip (ed.)). PT Indeks.
- Selang, C. A. . (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 71–80.
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). Efektifitas Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus Di Kantor Arsip Danperpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 231–240. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22834>
- Siti Rosalina. (2018). *Pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil pada pt. nusa sarana citra bakti cabang sekayu*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (5th ed., p. 274). Liberty.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1291–1301.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Trisnawan, A. D., & Amron. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–12.

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>